

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

QUAND LA MÉDIATISATION DES SONDAGES DÉRAPE :
LE CAS ALBERTAIN

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
MATHIEU DION

OCTOBRE 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire de maîtrise conjugée à ma vie professionnelle a été un véritable défi. Je n'y serais jamais parvenu sans le soutien moral de mes proches et l'appui d'Éric George, mon directeur de recherche.

À vous tous, merci de vos précieux conseils et de votre patience !

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES TABLEAUX.....	vii
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I PROBLÉMATIQUE	3
1.1 Introduction	3
1.2 L'objet de cette recherche dans la littérature	3
1.3 Le cas albertain	11
1.4 Les sondages : que s'est-il passé ?	15
1.5 La question.....	22
1.6 L'importance sociale et scientifique	25
1.7 Conclusion	26
CHAPITRE II CADRE THÉORIQUE	27
2.1 Introduction	27
2.2 Les effets des médias sur l'opinion publique	29
2.3 La médiatisation des sondages	33
2.3.1 Les sondages vus par les médias	35
2.3.2 Le <i>horse race</i> généré par la médiatisation des sondages	38

2.3.3	L'influence de la médiatisation des sondages	42
2.3.4	Les conséquences de la médiatisation des sondages	44
2.4	Le caractère défaillant des sondages	46
2.5	Au nom de la liberté d'expression	48
2.6	Conclusion	51

CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE..... 52

3.1	Introduction	52
3.2	Une étude de cas	53
3.3	Le déroulement	55
3.4	Conclusion	58

CHAPITRE IV RÉSULTATS..... 59

4.1	Introduction	59
4.2	Chronologie des événements	59
4.3	Chronologie des sondages	70
4.4	Médiatisation des sondages.....	77
4.5	Conclusion	82

CHAPITRE V DISCUSSION..... 83

5.1	Introduction	83
5.2	Analyse de la période du 26 au 30 mars 2012	83
5.3	Analyse de la période du 13 au 23 avril 2012	86
5.4	Le dérapage.....	91
5.4.1	Le processus.....	91

5.4.2	Parallèle avec la littérature.....	92
5.5	Conclusion	94
CONCLUSION		96
ANNEXE A		
MÉDIATISATION DES SONDAGES EN ALBERTA (2012)		99
BIBLIOGRAPHIE		163

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
4.1 Tendances des sondages d' <i>Abacus Data</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012....	75
4.2 Tendances des sondages de <i>Forum Research</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012....	75
4.3 Tendances des sondages de <i>Léger Marketing</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012....	76
4.4 Tendances des sondages de <i>Think HQ</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012....	76
4.5 Tendances des sondages de <i>Campaign Research</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012	77
5.1 Processus découlant de la médiatisation des sondages pendant la campagne électorale albertaine de 2012	92

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 Sondages de la firme <i>Forum Research</i> réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012....	23
4.1 Sondages réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012	71
4.2 Résultats de la médiatisation des sondages pendant la campagne électorale provinciale de 2012	79

RÉSUMÉ

Dans le cadre de ce travail de recherche, nous désirons déterminer comment la médiatisation des sondages peut changer le cours d'une campagne électorale, voire peser dans le choix des électeurs le jour du scrutin. L'élection provinciale albertaine de 2012 nous offre à cet égard un terrain privilégié pour identifier les différentes caractéristiques des relations entre les médias et les sondages d'une part et ce que peuvent nous dire ces caractéristiques sur le résultat de l'élection d'autre part. Cette élection a en effet laissé place à une omniprésence de sondages dans les médias donnant la faveur à un parti d'extrême droite, le Parti Wildrose. La jeune organisation politique allait mettre fin, d'après ces mêmes sondages, à un long règne de quatre décennies du Parti progressiste-conservateur. Dans les trois premières semaines de campagne, le Wildrose avait le vent dans les voiles et maintenait le cap avec un certain contrôle sur l'agenda politique. La dernière semaine a toutefois été marquée par d'importantes controverses dont le Wildrose n'a pu se tirer gagnant; les Progressistes-Conservateurs sont revenus au pouvoir avec une large majorité. La médiatisation des sondages n'y était pas pour rien. Il s'est avéré possible d'en faire le constat grâce à une analyse qualitative de la façon dont les sondages ont été traités dans trois quotidiens albertains pendant la période électorale. 139 articles et éditoriaux ont été scrupuleusement analysés; la moitié des articles et le tiers des éditoriaux faisaient référence aux sondages. Deux thèmes ont ainsi dominé la campagne, soit les controverses du Wildrose et les sondages. La clôture intellectuelle médiatique conjuguée au phénomène du *horse race*, soit le journalisme réalisé à la manière d'une course de chevaux, nous ont mené à de sérieuses pistes de réflexion et démontré combien les médias auraient eu intérêt à se faire plus prudents étant donné le nombre d'électeurs indécis. Cette recherche s'inscrit ainsi dans un large éventail de travaux réalisés à propos de l'opinion publique, comme en fait foi la littérature à ce sujet.

Mots-clés : élection, sondages, médias, Alberta, Parti Wildrose, Parti progressiste-conservateur de l'Alberta.

INTRODUCTION

- *You moved from an academic post at Cambridge to work for a polling company. Why was that, money?*
- *Partly. I wanted to see whether it was true if you could get any results you want from a poll by manipulating the questions.*
- *And?*
- *It's true. You can make people say anything you want them to say, but you can't make people do anything you want them to do. You can never be absolutely sure of people, can you?*
- *No.*

(The House of Cards, 1993)

Dans l'édition britannique originale de la télésérie *The House of Cards*, le premier ministre invite une consultante en matière d'opinion publique au sein de sa garde rapprochée (Davies, 1993 : épisode 2). Elle soutient lors d'un premier entretien formel que les sondages peuvent dire une chose, mais que la réalité peut être tout autre. Si le point de vue suggéré dans la télésérie au sujet des sondages est nettement péjoratif, il n'en demeure pas moins que l'expérience du temps a en effet mis en lumière les erreurs fréquentes des sondeurs.

À cet égard, les faiblesses des sondages sont certainement passées à l'histoire en 2012 en Alberta. Le 26 mars de la même année, le Parti progressiste-conservateur au pouvoir depuis plus de 40 ans déclenche les élections. Le parti est sérieusement menacé par un rival plus à droite, le Wildrose. Les décennies de pouvoir des Progressistes-Conservateurs ont ont

miné ce parti, accusé de corruption et ciblé par les scandales. Les sondages en début de campagne mettent les deux partis politiques au coude-à-coude. Le Parti progressiste-conservateur se voit même annoncé perdant, le Wildrose gagnant. L'enthousiasme à l'égard du Wildrose est indéniable au sein de la population. Plus la campagne s'emballe, plus le Wildrose prend les devants dans les sondages. Dans les médias, chroniqueurs, journalistes et analystes considèrent de plus en plus les chances réelles du parti de l'emporter le jour du scrutin, voire d'obtenir un mandat majoritaire.

Et pourtant, le Parti progressiste-conservateur décroche un nouveau mandat, encore plus fort qu'il était auparavant. Le lendemain des élections, c'est la consternation : tous – sondeurs, chroniqueurs, journalistes et analystes, ces mêmes personnes qui ont tant cru le contraire – tentent de comprendre ce qui a bien pu se produire. Le véritable résultat du scrutin a fait mentir les enquêtes d'opinion publique publiées dans les médias, forçant une remise en question profonde au sein des firmes de sondage.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

1.1 Introduction

La médiatisation des sondages électoraux a été maintes fois remise en cause au lendemain d'élections. Les erreurs de parcours sont nombreuses, les sondeurs se retrouvant fréquemment sur la ligne défensive. Au Canada, dans l'histoire récente, l'élection fédérale de 2004 a été un coup dur pour l'industrie. Les élections albertaine en 2012, québécoise en 2012 et britanno-colombienne en 2013 ont également forcé les firmes de sondages à trouver des explications à leurs prédictions erronées (Delacourt, 2013). Parfois, les firmes ont bien prédit l'issue d'une élection, comme cela a été le cas au Québec en 2014; la tendance générale observée en cours de campagne s'est bel et bien concrétisée le jour du scrutin. Il n'en demeure pas moins que les prédictions erronées diffusées dans les médias, nous le verrons, sont selon toutes vraisemblances lourdes de conséquences, ne serait-ce que pour la crédibilité des instituts de sondages dans le temps. Ici comme ailleurs, les crises dans la mesure de l'opinion publique se répètent.

1.2 L'objet de cette recherche dans la littérature

Le cas albertain, aussitôt décrié, aussi vite oublié, représente donc un accident de parcours de plus depuis l'essor des sondages dans la première moitié du 20^e siècle. Ce cas s'inscrit dans une problématique beaucoup plus

étendue qu'il ne le paraît. En apparence anecdotique, il révèle un problème bien réel dans nos démocraties : l'acceptation aveugle de ce qu'est devenue « l'opinion publique » dans les médias. Dans une œuvre destinée à dresser le portrait de l'histoire sociale des sondages, Loïc Blondiaux tente de comprendre comment la société en est venue à accepter l'équivalence entre l'opinion publique et les résultats de sondages (Blondiaux, 1998 : 9). Citant l'historien James Gunn, il établit que l'opinion publique incarne désormais ce que mesurent les sondages : « Comme on l'a dit par plaisanterie, si l'on a encore besoin d'élections, c'est simplement pour confirmer la précision des sondages (Gunn (1995), cité par Blondiaux, 1998 : 10). »

Avant 1935 – année de la publication du premier véritable sondage réalisé dans l'histoire –, l'opinion publique représentait, selon les propos de James Bryce repris par Blondiaux (Bryce (1911), cité par Blondiaux, 1998 : 81), la formation d'une opinion dans la société à travers la presse et la discussion. Pour Bryce, l'opinion publique apparaissait avant tout comme un processus social qui se concluait le jour du scrutin. Bien que sa théorie soit simpliste, il reste qu'elle jetait les bases à ce qui sera plus tard développé dans la littérature. Il décrivait cette formation de l'opinion publique en quatre étapes :

1. Les électeurs se forment d'abord eux-mêmes une propre opinion à la lecture du journal et la modifient ou la consolident après discussion avec leurs collègues;
2. Les éditorialistes des journaux du lendemain prennent position et influencent l'électorat;
3. La somme des points de vue véhiculés en vient à susciter un débat public dans lequel les arguments les plus solides l'emportent;
4. L'opinion publique se cristallise finalement dans l'acte électoral.

Quelques années plus tard en 1925, signe que le débat scientifique sur la question de l'opinion publique ne faisait que commencer, le célèbre journaliste américain Walter Lippman remettait en question cette notion en tant que mécanisme principal du fonctionnement de la démocratie. Il critiquait le rôle joué par le peuple américain, mal informé, dans les décisions du gouvernement :

« The ideal of the omniscient, sovereign citizen is, in my opinion, such a false ideal. It is unattainable. [...] The individual man does not have opinions on all public affairs (Lippman, 1925 : 29). [...] The making of one general will out of multitude of general wishes consists essentially in the use of symbols which assemble emotions after they have been detached from their ideas (Lippman, 1925 : 37). »

Selon lui, l'idéal de l'opinion publique était d'aligner les citoyens lors d'un moment fort – ou d'une crise – de telle sorte que cela favorise l'action de ces mêmes individus pouvant composer le dit moment : « The power to discern those individuals is the end of the effort to educate public opinion (Lippman, 1925 : 58). » L'opinion publique, d'après Lippman, serait alors réservée à certains moments précis où les citoyens choisissent les individus pour prendre les décisions. En ce sens, ce n'est pas l'opinion publique qui ferait la loi, mais bien ceux qui ont été choisis par le peuple.

L'année 1935 marquait toutefois le véritable tournant dans la nature de l'opinion publique lorsque George Gallup a créé aux États-Unis l'*American Institute of Public Opinion*. La même année, George Gallup signait un accord avec une soixantaine de journaux dont le *Washington Post* pour publier chaque semaine les résultats d'enquêtes réalisées auprès de la population américaine (Blondiaux, 1998 : 158). Le titre de sa publication : « L'Amérique parle » (*America Speaks*).

Jusque-là, les sondages réalisés avaient un faible échantillon et une méthodologie imprécise (Adams, 2010 : 152). La pratique ne possédait guère les fondements nécessaires pour devenir crédibles et légitimes. Dès 1936, les enquêtes de l'*American Institute of Public Opinion* parvenaient néanmoins à prédire les résultats électoraux avec une marge d'erreur respectable pour l'époque. Le succès de George Gallup reposait sur l'emploi d'échantillons incluant des quotas déterminés de différents groupes de la population, c'est-à-dire de régions, de classes sociales et de catégories démographiques. Cette façon de faire, plutôt que d'interviewer le plus grand nombre de personnes possibles, tient encore aujourd'hui dans l'industrie.

Au Canada, les sondages faisaient leur entrée en 1941 lorsque George Gallup ouvrait le *Canadian Institute for Public Opinion*, publiant les résultats de ses sondages dans 27 journaux du pays (Adams, 2010 : 155).

Le succès de George Gallup et d'autres sondeurs et l'institutionnalisation des sondages créaient alors une réelle bombe à retardement. Déjà, rapporte Blondiaux, « les critiques, qu'elles proviennent des milieux politiques, journalistiques et universitaires, n'hésitent pas à dénoncer le caractère politiquement délétère des sondages d'opinion » (Blondiaux, 1998 : 198). Une méfiance s'installait quant à l'influence supposée des sondages sur le comportement électoral. La controverse prenait toute son ampleur lors de l'épisode de 1948. « C'est en subissant son plus grave échec à ce jour que la mesure sondagière de l'opinion va démontrer l'étendue de sa force (Blondiaux, 1998 : 273). » Les sondeurs avaient fait fausse route quant à la prédiction de l'issue de l'élection présidentielle américaine; ils étaient persuadés que le républicain Thomas Dewey allait défaire le démocrate Harry S. Truman. L'histoire a bien démontré le contraire et jeté l'industrie des sondages dans une véritable période de crise de confiance qui a perduré

pendant une dizaine d'années et plus longtemps encore. D'ailleurs, le *Chicago Tribune* avait alors été dupé par un faux sentiment de sécurité avec plusieurs sondages qui prédisaient la victoire de Dewey (Jones, 2015). Le titre le plus célèbre du quotidien demeure en 150 ans d'histoire « Dewey defeats Truman », un titre qui restera le cauchemar de tous médias.

En 1960, pendant l'élection présidentielle américaine, l'équipe de campagne de John F. Kennedy faisait appel à Louis Harris pour lui fournir un service de sondages direct afin d'établir les meilleures stratégies à adopter (Adams, 2010 : 157). L'incident de 1948 devenait chose du passé. La mesure de l'opinion publique a connu un essor constant depuis sur la planète. « Contre toute attente, l'épisode [de 1948], note Blondiaux, n'aura que des conséquences matérielles et symboliques minimales (Blondiaux, 1998). »

Un mouvement critique durable des sondages voyait néanmoins le jour à compter de 1970. De nombreux sociologues et politologues s'interrogeaient quant à la validité scientifique et politique des enquêtes d'opinion (Blondiaux, 1998 : 566). Le sociologue français Pierre Bourdieu marquait en ce sens les esprits par la publication d'un article dans *Les temps modernes* intitulé par une formule provocatrice à souhait et sans cesse reprise depuis : « L'opinion publique n'existe pas », tout en précisant qu'il s'agit de « l'opinion publique dans l'acceptation implicitement admise par ceux qui font des sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats » (Bourdieu, 1973 : 235).

Pierre Bourdieu avançait dans son article trois postulats pour démontrer l'impossibilité de véritablement connaître l'opinion publique par les sondages, car cela aurait supposé que tous peuvent avoir une opinion, que toutes les opinions se valent et que tous se posent la question posée (Bourdieu, 1973 : 222). Marc Endeweld vulgarise ainsi l'argument de Bourdieu : « De fait, le

sondage est une machine à produire des réponses. [...] Résultat, ces sondages ne recueillent pas des opinions mobilisées, mais des déclarations en grande partie suscitées par l'enquête elle-même (Endeweld, 2007 : 4). » Le problème fondamental, selon Bourdieu, c'est l'effet ultime de l'enquête d'opinion : « Constituer l'idée qu'il existe une opinion publique unanime, donc légitimer une politique et renforcer les rapports de force qui la fondent ou la rendent possible (Bourdieu, 1973 : 224) ». Une question s'impose alors : les enquêtes d'opinion publique, « erronées » en ce sens, peuvent-elles induire en erreur les actions de politiciens ou les choix d'électeurs lorsqu'elles sont partagées et analysées par les médias ? Plus encore, les enquêtes d'opinion publique peuvent-elles influencer la prise de décisions, qu'elles soient politiques ou dans l'isolement ? Le vote stratégique – qui consiste chez certains électeurs à ne pas voter pour le candidat préféré, mais pour celui ayant la possibilité de bloquer l'arrivée au pouvoir d'un autre jugé indésirable – est fréquemment évoqué à cet égard. Comme en fait foi la littérature sur le sujet, la question hante sans cesse le milieu académique. Nous le verrons plus loin, le débat n'est pas clos, loin de là.

En 1977, quelques années après la publication de Pierre Bourdieu, Frédéric Bon postulait que les sondages peuvent produire des mouvements de sens contraire qui tendent à s'équilibrer (Bon, 1977 : 157).

« Les enquêtes d'opinion en période électorale parviennent au citoyen avec un tel flot d'informations qu'il est impossible d'isoler des facteurs inextricablement mêlés. Dans l'état actuel de nos connaissances, le problème de l'influence des sondages sur les comportements électoraux n'a aucune espèce d'intérêt scientifique (Bon, 1977 : 161). »

En 1988, soulevant la question de la nuisance des sondages pour la démocratie, Vincent Lemieux révélait que généralement 5% des électeurs répondent par l'affirmative lorsqu'il est demandé s'ils changent leur intention

de vote à la suite de la publication de résultats de sondages (Lemieux, 1988 : 87). Les effets mobilisateurs et démobilisateurs des sondages s'annuleraient en ce sens mutuellement :

« par exemple, de 2 à 3 % diront qu'ils ont rallié le camp du vainqueur présumé, mais à peu près le même pourcentage de sujets diront qu'ils ont fait le passage inverse, soit pour éviter une victoire trop écrasante, soit pour encourager un parti ou un candidat donné perdant mais qui s'est bien battu, soit encore pour soutenir malgré tout une tendance qu'ils se proposaient d'abandonner mais à laquelle ils demeurent attachés (Lemieux, 1988 : 88). »

Cette théorie d'une influence très relative des sondages sur l'électorat a de fait été fréquemment véhiculée dans la littérature puisque la somme des études réalisées jusqu'ici ne semble guère avoir établi clairement le potentiel d'influence des sondages médiatisés. La thèse de ceux qui prétendent le contraire ne paraît pas avoir été rigoureusement démontrée pour autant.

Cela dit, la publication des sondages dans les médias s'inscrit plus largement dans la communication qui, nous dit Alex Mucchielli, viserait à « faire faire, faire croire ou faire penser » (Mucchielli, 1996 : 201). Toute communication est ainsi source d'une influence implicite. Dans ce processus d'influence dans la communication, les interlocuteurs dominés cherchent à se conformer à des normes sociales reposant sur la construction de situations sociales (Mucchielli, 1996 : 203). Ainsi, les enquêtes d'opinion et leur diffusion, en tant qu'enjeux sociaux, contribueraient à établir des normes en société aliénant une proportion d'électeurs moins informés. Selon la définition que donne Mucchielli de l'influence, soit qu'elle est « l'utilisation, dans un échange mettant en présence plusieurs acteurs de communications manipulant implicitement des ressources interactionnelles », le sondage peut être considéré comme faisant partie d'un tout qui conduit à influencer les acteurs

en société. Par exemple, dans le cas d'une campagne électorale, un sondage alimente les discussions dans les médias, suscitant ce qui est communément nommé le *horse race journalism*. Ces discussions sont reprises plus tard dans l'électorat et ainsi de suite jusqu'au jour du scrutin. L'enquête d'opinion à elle seule n'influencerait pas directement l'électorat; l'ensemble des facteurs communicationnels conséquents de cette seule enquête en viendrait à aliéner l'électorat. De fait, les effets les plus importants sont probablement ceux exercés sur les médias, c'est-à-dire par la surinterprétation que les journalistes et commentateurs peuvent faire à partir des sondages, puis par leur façon fort questionnable de rendre compte des résultats au public, soit la médiatisation des sondages (Champagne, 1995 : 87). Gabriel Thoveron s'exprime ainsi sur la nature du phénomène :

« Tous les médias continuent à proposer des opinions moyennes, et s'ils sont si friands des sondages, c'est bien sûr qu'il s'agit d'une nouvelle manière de faire des nouvelles, mais aussi que c'est une façon de nous dire : « Voilà ce que l'on pense autour de vous, donc voilà ce que vous pensez, ce que vous devez penser et d'ailleurs ce que nous pensons aussi; faites-nous confiance, nous suivons le mouvement à la trace, pressez-vous de nous rejoindre et vous rejoindrez le troupeau » (Thoveron, 1999 : 76). »

C'est ici que prennent forme de nombreuses critiques des sondages d'opinion. L'une des plus notoires nous vient probablement de Patrick Champagne, qui mène une charge contre toutes les facettes des sondages d'opinion. D'abord, en réponse aux défenseurs des sondages prônant que les changements de décision dus à la publication des sondages tendent à s'annuler, Champagne postule qu'ils peuvent produire des déplacements de voix de deux ou trois points de pourcentage, ce qui est parfois suffisant pour modifier le résultat final (Champagne, 1995 : 85). Champagne démontre dans ses différents ouvrages que la publication des sondages, aussi non représentatifs soient-ils parce que scientifiquement non valables, peuvent

troubler la « sérénité de l'électeur au moment du vote », ne serait-ce qu'en contribuant à renforcer les croyances : « il [le sondage préélectoral] devient une information qui interfère avec le processus électif » (Champagne, 1990 : 36 ; Champagne, 1995 : 73, 85).

Champagne fait référence à l'ouvrage d'Alfred Sauvy, rédigé en 1956 avant même que les sondages soient pleinement institutionnalisés, pour asseoir sa critique de l'opinion publique. Pour Sauvy, la notion d'opinion publique, bien que sa définition demeure en soi impossible, n'est pas un problème, car elle exige d'être suivie pour permettre aux régimes démocratiques de gouverner avec un certain consentement du peuple (Sauvy (1956), cité par Champagne, 1990 : 81). Là où le bât blesse, c'est dans la façon de la connaître avec précision : « L'opinion publique est une force politique incontournable, mais spontanément dans l'erreur. [...] [car] l'opinion de la petite vieille, infirme et ignorante, compte autant que celle du technicien averti (Champagne, 1990 : 82). » Champagne dénonce la croyance dans la valeur des sondages, jugeant qu'il s'agit là d'une autorité scientifique illégitime. Il importe en effet de s'interroger sur leur institutionnalisation. Les accidents de parcours semblent chaque fois oubliés dans la mémoire collective. À cet égard, regardons maintenant le cas qui nous préoccupe, celui de l'élection albertaine de 2012.

1.3 Le cas albertain

Le contexte dans lequel s'inscrit l'élection albertaine de 2012 s'est avéré bien particulier et mérite une attention certaine. L'année qui a précédé le scrutin a été bien difficile pour le Parti progressiste-conservateur. De nombreux scandales ont frappé de plein fouet l'organisation politique au pouvoir sans interruption depuis 1971. Avant son arrivée à la tête de la province à

l'époque, un dénommé Peter Lougheed, chef du parti, transforme l'organisation politique de centre-droite en misant sur un conservatisme fiscal combiné à une approche moderne et urbanistique dans un contexte où les villes de Calgary et d'Edmonton prennent de l'ampleur. C'est ainsi qu'il parvient en 1971 à défaire le Parti Crédit social de l'Alberta, un parti résolument rural. Il dirige la province jusqu'en 1985 pendant quatre mandats consécutifs. Seuls quatre autres chefs et premiers ministres lui succèdent avant 2012 : Don Getty (1985-1992), Ralph Klein (1992-2006), Ed Stelmach (2006-2011) et Alison Redford (2011-2014).

Notons que l'Alberta possède des racines profondément conservatrices; un afflux d'immigrants venus du *Mid-West* américain au début du siècle dernier a contribué à façonner ce populisme conservateur bien ancré dans la culture et la politique de la province. Ainsi, il n'est pas surprenant que les Albertains, fidèles aux mœurs fiscales conservatrices, soient profondément attachés à la question budgétaire (Sayers et Stewart, 2013 : 83). L'Alberta se targue de l'absence d'une dette et de l'inexistence d'une taxe de vente provinciale. L'exploitation des ressources naturelles, dont le gaz naturel et le pétrole, est au cœur de l'activité économique de la province; l'économie albertaine est cependant peu diversifiée. Alors, si cette industrie assure la prospérité de l'Alberta, elle la rend aussi très dépendante des fluctuations du marché. En 2008, alors que le gouvernement resserrait sa politique sur les redevances énergétiques en augmentant les taux de celles-ci, ce qui a soulevé l'ire de l'industrie, la crise financière entraînait les finances de l'État dans le rouge pour la première fois en une décennie (Fong, 4 décembre 2009). Le gouvernement s'est ainsi retrouvé en déficit budgétaire, ce qui semblait irréal aux yeux de nombreux Albertains. Pour beaucoup, le gouvernement progressiste-conservateur a dépensé à outrance et mal géré le trésor public. Le contexte ne pouvait mieux servir le Wildrose.

Le Wildrose est né en 2008 d'une fusion entre l'Alberta Alliance et le Wildrose Party pour devenir le Wildrose Alliance. Le nom du parti politique sera plus tard réduit au simple « Wildrose ». Le parti a connu un vent de popularité dans la même période pour avoir critiqué le controversé système de redevances énergétiques imposé par le gouvernement, fort impopulaire – rappelons-le – au sein de l'industrie des hydrocarbures de Calgary, la métropole. Cette prise de position a permis au Wildrose de recevoir des fonds de nombreux donateurs provenant du secteur énergétique (Sayers et Stewart, 2013 : 74). Dans les mois et années qui ont suivi, le Wildrose a critiqué avec ferveur l'intrusion d'Ottawa dans les affaires provinciales et a prôné notamment le retrait de l'Alberta du Régime de pension du Canada et une révision du système de péréquation. En 2009, une élection partielle à Calgary a permis au parti d'obtenir un premier siège à l'Assemblée législative. La même année, le parti s'est choisi une chef charismatique, Danielle Smith, une ancienne animatrice de télévision et représentante de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante et de l'Institut Fraser. Le Wildrose allait ainsi se positionner comme un important rival face aux Progressistes-Conservateurs, en misant sur des valeurs conservatrices et libertaires (Sayers et Stewart, 2013 : 73). Cette phrase extraite d'un article du *Globe and Mail* explique en partie cette popularité :

« Despite Alberta's enormous, and growing, economic might in Canada, and its considerable political influence nationally – with a Conservative government led by Calgary MP – Wildrose has still found fertile ground with the insular little Alberta narrative (*The Globe and Mail*, 20 avril 2012). »

Le Parti progressiste-conservateur s'est ainsi trouvé au dépourvu lorsque trois députés originellement de son caucus ont joint les rangs du Wildrose en 2010. Ces défections sont devenues d'importants indicateurs d'un tremblement des piliers du « monument progressiste-conservateur ». En

2011, son chef et premier ministre Ed Stelmach a annoncé sa démission, faisant valoir qu'il craignait une prochaine élection fondée sur des attaques personnelles à « l'américaine » (CBC, 25 janvier 2011). Le parti, étant au pouvoir, demeurait toutefois fort sur le plan organisationnel et financier. À la hâte, l'organisation a mis en place une importante campagne à la direction du parti de laquelle est sortie gagnante Alison Redford. Avocate et députée de Calgary, Alison Redford a remporté la course en raflant le vote progressiste. Elle est de la sorte devenue première femme première ministre de l'Alberta en octobre 2011. Ses quelques mois au pouvoir avant l'élection ont cependant été parsemés d'embûches causées par des erreurs d'autrefois de son parti et des controverses survenues pendant la session législative de février et de mars 2012 (Henry, 25 avril 2012).

C'est donc dans un contexte risqué qu'Alison Redford a dû déclencher des élections le 26 mars 2012. Pendant la majeure partie de la campagne, le Wildrose contrôlait parfaitement l'agenda politique dans les médias et accumulait des gains consécutifs dans les sondages publiés alors que le Parti progressiste-conservateur se trouvait en position précaire, condamné à rectifier le tir sur des erreurs du passé (Taras (2012), cité par Bergman, 2012 : 28). Mais à la toute fin, les deux partis ont tous deux perdu le contrôle de l'agenda, note le politologue albertain David Taras : « And political science literature says there's always a moment when campaigns enter a media crisis, where they lose control of the agenda and the media gains control. It's inevitable (Taras (2012), cité par Bergman, 2012 : 29). » Si des sondeurs avaient pu observer un changement de tendance dans l'opinion publique dans la dernière semaine de campagne, rien ne prédisait un renversement aussi spectaculaire que celui que nous avons connu le jour du scrutin (Henry, 25 avril 2012).

1.4 Les sondages : que s'est-il passé ?

Le lendemain de veille s'est avéré brutal pour le Wildrose, qui paraissait pourtant avoir le vent dans les voiles. Le Parti progressiste-conservateur obtient 61 des 87 sièges à l'Assemblée législative de l'Alberta (en baisse de 11 sièges par rapport à l'élection précédente), le Wildrose, 17 (en hausse de 16), le Parti libéral, 5 (en baisse de 4) et le Nouveau parti démocratique, 4 (en hausse de 2) (*Elections Alberta*, 2014).

La première question sur les lèvres de tous les journalistes et commentateurs politiques dans les médias était alors la suivante : que s'est-il passé ? Tous y sont allés de leur théorie. Les sondeurs, quant à eux, ont repris leur traditionnel *mea culpa*, tel que le décrivait Patrick Champagne en 1995 :

« En milieu de soirée, ils [les sondeurs] reprenaient déjà la défense des sondages, reprochant aux électeurs d'être devenus trop « volatiles » et « indécis » et d'avoir faussé, par leur comportement « atypique », des enquêtes en soi irréprochables et, donc, d'avoir, du même coup, compliqué le travail des journalistes (Champagne, 1995 : 73). »

Le cas albertain ne fait pas exception, les mêmes propos ont été employés :

- « Pollster Bruce Cameron said it's one of the most volatile elections he has ever worked on (CBC, 24 avril 2012). »
- « There's no such thing as a decided voter until they have voted (Abacus Data, 2013). »
- « Timing is everything. Whether due to a growing societal trend where voters make their final decisions later or just the volatility of this campaign, there was a significant and growing shift in voter intentions in the week before the vote (Henry, 25 avril 2012). »

Avant de sauter aux conclusions trop rapidement sur ce qui a bien pu se produire, une pluralité d'éléments doit toutefois être analysée; il faut s'intéresser à l'ensemble des facteurs impliqués, mais surtout à la médiatisation des sondages. Voici donc quelques-uns des facteurs qui se dégagent en première analyse sur cette campagne électorale. Nous les présentons en tant que facteurs hypothétiques.

La question méthodologique. Les firmes de sondages utilisent différentes méthodes afin de sonder la population. Les méthodes actuelles doivent désormais être à la fois efficaces et économiques. Le sondeur Angus Reid note trois facteurs ayant agi comme un tsunami dans la dernière décennie pour l'industrie au Canada (Reid, 8 juillet 2013). Premièrement, le changement technologique. L'essor des téléphones cellulaires fait en sorte qu'il y a davantage de numéros de téléphone que d'électeurs au Canada et que les jeunes, qui n'emploient pas pour la plupart les lignes fixes, deviennent plus difficiles à joindre. Deuxièmement, les Canadiens sont moins enclins à participer aux sondages; les refus lors de sondages téléphoniques atteignent maintenant 90 % de la totalité des personnes contactées. Troisièmement, les médias et les gouvernements ont réduit massivement leurs dépenses en sondages, ce qui entraîne une baisse de revenus chez les sondeurs. Ces derniers doivent donc se tourner vers des solutions moins dispendieuses pour sonder l'opinion publique, mais celles-ci peuvent s'avérer encore plus contestables. D'ailleurs, remarque Reid, les enquêtes réalisées avec des appels robotisés ou par Internet s'accumulent et les joueurs dans ce marché dérèglementé deviennent plus nombreux puisque la méthode devient de moins en moins onéreuse. Mais la recherche de la rentabilité peut nuire à la qualité de la méthodologie. Les sondages par Internet parvenaient-ils, en Alberta par exemple, à bien saisir le pouls de la population considérant qu'une importante tranche des électeurs se trouve dans des communautés

rurales ? Autre facteur à considérer et peut-être oublié par les firmes dans leur méthodologie, selon le chercheur canadien Oleh Iwanyshyn : l'enthousiasme et ses effets sur les résultats des sondages (Iwanyshyn, 2 mai 2012). Beaucoup d'électeurs refusent de participer aux questionnaires des sondeurs, les jugeant indésirables. Les électeurs emportés par une vague partisane seraient cependant plus motivés et prompts à répondre à de tels questionnaires. Ce phénomène peut-il marginaliser l'opinion de ceux qui repoussent les sondeurs et gonfler de façon fictive les intentions de vote pour tel ou tel parti ? Si le phénomène existe, l'enthousiasme évident à l'égard du Wildrose a pu entraîner une surreprésentation du parti dans les sondages. Avec les médias prédisant une victoire du Wildrose, poursuit Iwanyshyn, l'alarme a sonné au sein de la base du Parti progressiste-conservateur, qui s'est mise en branle pour faire sortir le vote et éviter la défaite. La médiatisation de sondages – dans une certaine mesure fautifs – donnant la victoire au Wildrose aurait réveillé un électorat progressiste-conservateur dormant.

Le rôle des médias. Dans ce contexte où la méthodologie paraît déficiente et les marges de victoire (voir plus bas pour en connaître la définition) sont minces, le rôle des médias ne serait-il pas d'aborder les sondages avec prudence ? Si oui, l'ont-ils fait ? Les quotidiens et téléjournaux jouent un rôle central dans une campagne électorale, d'autant plus qu'ils assurent la médiatisation des sondages. Cette médiatisation peut-elle induire le public en erreur dans le cas de sondages non représentatifs de l'électorat ? Cette médiatisation nuit-elle à la démocratie ? De nombreuses questions à cet égard demeurent sans réponse et doivent être éclaircies. La sociologue Claire Durand, dans une analyse comparative des sondages électoraux des élections albertaine et québécoise de 2012, critique d'ailleurs sévèrement les médias sur ce sujet : « There were number of indices that could have brought

journalists and experts to be even more cautious: the political climate, hostility, presence of a close race (the proportion of non-disclosers) and the presence of a long-standing incumbent (Durand, 14-16 mai 2013). »

Les indécis et le vote stratégique. Beaucoup estiment que la médiatisation des sondages a mené à un vote stratégique parmi les indécis et changé le schéma narratif de la campagne électorale frappée d'une véritable spirale du silence dans un climat hostile (Henry, 25 avril 2012; *Radio-Canada*, 22 avril 2012; Durand, 14-16 mai 2013). Ajoutons qu'au cours de la campagne électorale, de nombreux modérés – des Libéraux – ont été incités à voter pour les Progressistes-Conservateurs afin de bloquer la montée du Wildrose. D'autres électeurs ont pu simplement flirter avec l'idée de voter pour le Wildrose, source de changement, pour finalement choisir le Parti progressiste-conservateur comme option réellement viable (Henry, 25 avril 2012; Durand, 14-16 mai 2013).

La marge de victoire. À quelques jours du scrutin, une consultante en matière d'opinion publique, Janet Brown, faisait remarquer que la moitié des 87 circonscriptions détenait une marge de victoire de moins de 10 % (Brown (2012), cité par Wood, 19 avril 2012). Une marge de victoire est ce pourcentage qui montre la distance entre le candidat en avance et celui qui le précède. Les modèles utilisés par Janet Brown lui faisaient ainsi dire que tous les événements imprévus et les efforts des partis pouvaient avoir des conséquences significatives et faire basculer le vote (Brown (2012), cité par Wood, 19 avril 2012). Le président de la firme de sondage *Return on Insight*, Bruce Cameron évoquait également une course très serrée à Calgary en fin de campagne, la région métropolitaine où se trouvent 30 % des députés provinciaux. Il affirmait que de nombreux candidats risquaient de l'emporter

avec moins de 5 % de votes de plus que leurs adversaires (Cameron (2012), cité par *Radio-Canada*, 22 avril 2012).

Le taux de participation. La participation lors de l'élection albertaine de 2012, bien que faible à 54 %, demeure en soi un fait à noter (*Elections Alberta*, 2014). Lors de l'élection précédente en 2008, ce taux avait été anémique à 41 %, le plus bas depuis 1965 en Alberta et le plus faible de toute l'histoire au Canada (*Elections Alberta*, 2014). Il est fréquent d'entendre dans la province : « À quoi ça sert de voter quand on connaît déjà le résultat de l'élection (*Radio-Canada*, avril 2012) ? » En effet, la domination du Parti progressiste-conservateur sur la scène politique pendant quatre décennies a conduit à une faible mobilisation des électeurs lors de scrutins provinciaux. Le taux de participation lors d'un scrutin fédéral est généralement plus élevé. L'arrivée du Wildrose est toutefois venue alimenter un nouveau débat et a suscité davantage d'intérêts chez les électeurs. Alors, compte tenu des positions plus radicales du Wildrose, le Parti progressiste-conservateur, étant plus modéré, devenait davantage en mesure de rassembler les votes de certains électeurs qui, normalement, s'abstiennent (Sayers et Stewart, 2013 : 77).

La majorité silencieuse. Le concept de majorité silencieuse s'est véritablement établi pour la première fois lorsque le président Richard Nixon y fait référence en 1969. Alors que les manifestations contre la guerre au Viêtnam sont vives, il invoque cette notion pour justifier qu'ils sont à l'opposé plus nombreux à soutenir son action (Padioleau, 1981 : 59). Et pourtant, la minorité bruyante donne l'impression du contraire. Le citoyen moyen, plus tranquille et moins exigeant, a en effet un poids lourd le jour du scrutin : « Le symbole de la majorité silencieuse a en définitive plus d'importance que son existence réelle, principalement à l'occasion de problèmes controversés ou de conflits sociaux importants (Padioleau, 1981 : 59). » En Alberta, le

Wildrose et ses partisans ont fait beaucoup de bruits, ce qui s'est traduit par leur omniprésence dans les médias. En revanche, comme en font foi les résultats de l'élection, une importante tranche de la population soutenait le Parti progressiste-conservateur.

Les erreurs de parcours. Les controverses peuvent également changer le cours d'une campagne électorale. Patrick Champagne écrit à ce sujet : « Il suffit parfois d'un incident malheureux, d'une déclaration inadaptée d'un dirigeant largement reprise et commentée par les médias, pour que s'opère un renversement des opinions exprimées aux enquêteurs des instituts de sondage (Champagne, 1990 : 246). » La chronologie des événements en Alberta, que vous pouvez consulter dans le chapitre sur les résultats, met à cet égard en évidence quelques déclarations controversées, abondamment partagées et analysées dans les médias, qui ont fait perdre au Wildrose le contrôle de l'agenda en fin de course. Avec ces déclarations, le Wildrose a contribué à radicaliser son image dans une province qui, selon son histoire, se dissocie des extrêmes, malgré un mythe qui tend à peindre un portrait contraire à cette idée (Taras (2012), cité par Bergman, 2012 : 29; Sayers et Stewart, 2013 : 82). « I don't think people voted out of love for Alison Redford; they voted out of fear of Danielle Smith », nous dit le politologue David Taras (Taras (2012), cité par Bergman, 2012 : 29).

Le poids de l'histoire. Traditionnellement en Alberta, le sud de la province – qui a accueilli de nombreux immigrants américains au début du 20^e siècle – est plus conservateur que le nord et le nord plus modéré que le sud (Sayers et Stewart, 2013 : 73). Le terrain est ainsi fertile aux Progressistes-Conservateurs et leur est majoritairement acquis depuis de nombreuses années. Les racines idéologiques et les valeurs progressistes-conservatrices demeurent bien profondes. Les politologues albertains Anthony Sayers et

David Stewart écrivait en 2011, une année précédant l'élection, que le Wildrose, pour gagner, devait jouer l'équilibriste en maintenant cette tension entre le conservatisme fiscal et social, tout en misant sur l'individualisme libertaire, avec ce désir des Albertains d'avoir un gouvernement interventionniste dans certaines sphères sociales, économiques et environnementales (Sayers et Stewart, 2013 : 73). Le Wildrose devait donc se déplacer de la droite vers le centre et mettre fin à cette perception d'être un parti du sud de la province (Sayers et Stewart, 2013 : 82). Mais la vision d'un « petit gouvernement » du Wildrose ne collait vraisemblablement pas tout à fait avec les valeurs politiques albertaines davantage tournées vers un gouvernement interventionniste en matière de santé, d'éducation et d'environnement. La victoire du Nouveau parti démocratique de l'Alberta en 2015, un parti résolument à gauche, démontre ce fond progressiste chez les Albertains. « Alberta is a conservative province, souligne Taras, but one with a very progressive side (Taras (2012), cité par Bergman, 2012 : 29). » L'élection était en quelque sorte devenue, sans que le thème soit abordé directement, un véritable champ de bataille sur la question identitaire. Alison Redford a d'ailleurs fait une campagne fondée sur une province plus progressiste, qui a changé avec la venue de centaines de milliers de nouveaux arrivants en raison du boom pétrolier. En 2011, Statistique Canada estimait en effet que 46,4 % de la population albertaine était née à l'extérieur de la province (Statistique Canada, 2011). Sa rivale a mené la charge contre cette idée avec un message plutôt axée sur une province profondément conservatrice : « I think Ms. Redford doesn't like Alberta all that much. She doesn't like who we are. She doesn't like our character, she wants to change it (CBC, 28 mars 2012). » Il semble aujourd'hui clair que l'identité albertaine flirte de plus en plus avec le progressisme.

1.5 La question

Les décennies de pouvoir qui ont effrité le Parti progressiste-conservateur devaient être le thème de l'élection albertaine de 2012. Mais une analyse postélectorale démontre plutôt que cette dernière a davantage porté sur la question de l'identité. Les Albertains se représentent-ils en tant que groupe plus modéré que prétendu, aux frontières perméables, en quête de nouveaux horizons ? Ou se voient-ils en fiers représentants de l'Ouest dans sa plus franche expression, centrés sur des valeurs individualistes et orthodoxes ? Ceux qui ont misé sur l'idée d'une Alberta plus progressiste semblent l'avoir emporté. Cette campagne a somme toute démontré que les enjeux identitaires ont le potentiel de polariser l'opinion publique.

Ceux qui mesurent cette opinion semblent toutefois avoir été pris de court par différents dérapages et controverses – associés à cette question identitaire – qui ont marqué la fin de la campagne. Pour comprendre l'émergence du Wildrose dans les sondages et sa chute inattendue le jour du scrutin, il faudra déterminer ce qui s'est produit entre la médiatisation des sondages et analyser la façon dont les médias ont présenté les résultats des sondages et les effets de leur médiatisation. Lorsque de tels échecs surviennent dans l'industrie du sondage, les firmes n'hésitent pas un seul instant à évoquer et à rappeler l'importance de sonder la population jusqu'au jour du scrutin afin d'observer les effets des stratégies et des changements en fin de course (O'Malley et Vongdouangch, 2006 : 73; Henry, 2012). Pourtant, ces mêmes firmes ne réalisent que très rarement, sinon jamais, de tels sondages le jour du scrutin.

À première vue, lors de l'élection albertaine, les sondeurs se sont trompés, mais se sont-ils vraiment trompés ? Quels auraient été les résultats de

sondages réalisés la journée même où les électeurs se rendaient aux urnes (voir Marquis, 2005 : 7) ? En fin de campagne, une tendance était observable; le Parti progressiste-conservateur faisait des gains alors que le Wildrose commençait à avoir du plomb dans l'aile. Vous trouverez ci-dessous les résultats de six sondages réalisés par la firme *Forum Research* tout au long de la campagne illustrant cette tendance. Nous choisissons précisément cette firme, car elle est – selon une recension de tous les sondages réalisés pendant l'élection albertaine de 2012 – celle ayant réalisé le plus d'enquêtes d'opinion.

Tableau 1.1 : Sondages de la firme *Forum Research* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012 (Forum Research, 2012)

Date*	Firme	PPC	PW	PL	NPD	Autres	Nombre / Date** / Méthode	Marge d'erreur
27/03	Forum Research	31 %	41 %	12 %	11 %	5 %	1,069 (1009) / 26 mars / Boîte vocale interactive	+/- 3,0 %
03/04	Forum Research	29 %	43 %	13 %	10 %	6 %	1,788 (1689) / 2 avril / Boîte vocale interactive	+/- 2,3 %
10/04	Forum Research	31 %	43 %	10 %	11 %	4 %	1915 (1781) / 9 avril / Boîte vocale interactive	+/- 2,2 %
17/04	Forum Research	33 %	40 %	10 %	12 %	4 %	1,703 (1639) / 16 avril / Boîte vocale interactive	+/- 2,3 %
21/04	Forum Research	32 %	41 %	10 %	13 %	4 %	2,010 (1950) / 21 avril / Boîte vocale interactive	+/- 3,1 %
22/04	Forum Research	36 %	38 %	10 %	12 %	4 %	1,949 (1493) / 22 avril / Boîte vocale interactive	+/- 3,1 %
23/04	Résultats	44 %	34,3 %	9,9 %	9,8 %	2 %	N/D	N/D

PPC = Parti progressiste-conservateur
 PW = Parti Wildrose
 PL = Parti libéral de l'Alberta
 NPD = Nouveau parti démocratique de l'Alberta
 * = Date de publication
 ** = Date du sondage

L'observation de ces résultats nous conduit maintenant à la vraie nature du problème ci-présent, c'est-à-dire la relation entre la pratique des sondages d'opinion et leur médiatisation. Les sondeurs ont besoin des médias; ce sont eux qui souvent les financent, parlent des sondages, justifient leur place dans la société. Les relations entre sondages et médias sont complexes et doivent être abordées dans cette complexité qui témoigne des relations à l'œuvre. Dans le cas albertain, les médias ont-ils présenté ces sondages avec la prudence qui s'impose ? Est-ce que les électeurs ont eu accès aux résultats des sondages directement ? Les médias ont-ils mis l'accent sur l'ensemble des données des sondages ? Il faut penser la chose autrement. Un sondage contribue selon toute vraisemblance à créer l'opinion publique par sa médiatisation et chaque sondage amène le suivant. Nous ne pouvons étudier le sondage à lui seul, car il fait partie d'un véritable écosystème médiatico-politique, d'un tout beaucoup plus vaste.

Ce que nous tenterons de démontrer dans ce travail de recherche se trouve moins dans le registre de la problématisation des façons de faire les sondages et de la fabrication de l'opinion publique que dans les conséquences systématiques de la médiatisation des sondages, plus précisément dans cette relation entre la pratique des enquêtes d'opinion et les médias pendant une campagne électorale. Comme l'avance Lionel Marquis, dans un article sur les sondages d'opinion dans la communication politique, « les sondages seraient moins coupables de fabriquer des opinions dénuées de sens que de s'arroger une prérogative essentielle, normalement réservée aux institutions démocratiques, celle de fixer les conditions à remplir pour remporter une élection » (Marquis, 2005 : 24).

L'objectif à atteindre devient donc de problématiser la médiatisation des sondages en posant la question suivante : **quelles étaient les**

caractéristiques des articulations entre les sondages et les médias lors de l'élection provinciale albertaine de 2012 et dans quelle mesure ces caractéristiques peuvent nous donner des pistes de réflexion pour comprendre le résultat de cette élection ?

Pourquoi et comment avons-nous les moyens d'y répondre ? À partir d'indicateurs historiques tels qu'avancés précédemment, théoriques abordés dans le cadre conceptuel plus bas et factuels analysés dernièrement et dans la recherche ultérieurement, il apparaît possible d'établir les liens nécessaires afin de répondre justement à cette problématique.

1.6 L'importance sociale et scientifique

Contrairement à Frédéric Bon qui affirmait que le problème de l'influence des sondages n'a aucun intérêt scientifique, une remarque dans une certaine mesure irresponsable, nous sommes d'avis qu'il mérite d'être encore étudié. Selon lui, « les enquêtes d'opinion en période électorale parviennent au citoyen avec un tel flot d'informations qu'il est impossible d'isoler des facteurs inextricablement mêlés » (Bon, 1977 : 161). Suivant cette logique, cela signifie que devant chaque recherche empirique difficile à apprécier dans son ensemble, il faudrait abandonner, tourner la page et réorienter ses intérêts scientifiques ailleurs. Or, la question de la médiatisation des sondages a été largement abordée dans la littérature en sciences sociales parce qu'il y a là un intérêt scientifique et une problématique bien réels. Le retour quasi rituel des firmes de sondages aux bancs des accusés démontre combien la situation demeure toujours préoccupante. Il subsiste nombre d'interrogations quant à la rationalité de l'opinion publique, sa volatilité, sa capacité à être manipulée et à influencer et son ambiguïté (Gingras, 2009 : 173).

Si la littérature recense quantité de cas sur le phénomène, chaque élection représente un exemple de plus à analyser pour mieux le comprendre. Lionel Marquis indiquait en ce sens que « l'impact des sondages sur les électeurs ne constitue en rien une donnée acquise, mais une question devant être sans cesse reposée » (Marquis, 2005 : 4). Avec les changements qui se sont opérés dans l'industrie depuis une décennie, ce travail de recherche proposé semble d'autant plus pertinent en 2015.

1.7 Conclusion

Dans l'état actuel des choses, le cas albertain nous apparaît porteur afin de trouver des éléments de réponses aux interrogations soulevées jusqu'ici dans la littérature. Il importe néanmoins d'en faire une démonstration empirique. C'est ce que nous nous attarderons à faire.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

2.1 Introduction

La question abordée dans ce travail de recherche, soit les caractéristiques des articulations entre les sondages et les médias en campagne électorale, s'inscrit dans la communication politique, plus précisément dans la communication électorale, mais aussi dans les organisations, les messages et la réception, comme quoi elle s'inscrit dans une certaine interdisciplinarité.

Ce faisant, nous nous inspirons des définitions de Frédérik C. Bastien et Richard Nadeau pour jeter les bases de la communication politique et électorale entendue dans ce travail (Bastien et Nadeau, 2003 : 166). Nous définissons ainsi la communication politique comme l'utilisation systématique et coordonnée d'outils de communication pour mettre de l'avant les enjeux politiques, que ce soit l'appui politique d'un parti, de ses politiques ou de ses leaders. La communication électorale serait ainsi définie comme l'utilisation systématique et coordonnée d'outils de communication pour mettre de l'avant les enjeux électoraux, que ce soit l'appui électoral d'un parti ou d'un candidat en vue d'un scrutin. Cette communication s'inscrit dans une compétition électorale démocratique caractérisée par la collision d'intenses flux rivaux d'information à travers les médias (Bastien et Nadeau, 2003 : 168).

C'est dans cette même perspective qu'Anne-Marie Gingras fait appel au concept de la sphère publique, qui sert d'idéal démocratique, pour introduire ce qu'elle considère comme un malentendu entre les médias et la

démocratie. Cette sphère publique, conceptualisée par Jürgen Habermas, renvoie à cet espace de débat public, un intermédiaire entre l'État, le pouvoir public et la justice d'un côté et le domaine privé de l'autre (Gingras, 2009 : 14). La sphère publique servirait ainsi à favoriser une meilleure répartition des pouvoirs et l'opinion publique qui en émerge constituerait « une instance de contrôle des excès du gouvernement » (Habermas (1978), cité par Gingras, 2009 : 15). Les médias joueraient dans cet espace public une fonction essentielle en tant que mécanisme pour favoriser la démocratie en créant « ce lien social et en permettant à la société civile de s'exprimer » (Gingras, 2009 : 12).

Dans ce contexte, Gingras pose la question suivante : les médias permettent-ils à la société civile de prendre connaissance des enjeux de société et de s'exprimer ? Selon elle, les médias ne répondent pas à cette responsabilité sociale qui leur est attribuée dans la sphère publique idéale, car ils ne parviennent pas à remplir pleinement les conditions suivantes :

1. Présenter des informations véridiques, complètes et intelligibles et les mettre en contexte;
2. Servir de forum d'échange;
3. Représenter l'ensemble des groupes de la société;
4. Présenter les buts et valeurs de la société en les clarifiant;
5. Fournir un accès total aux informations du jour (Gingras, 2009 : 41).

Gingras estime donc que la réalité des médias est bien loin d'un idéal. Au sens que le préconisait Habermas, cet idéal de la sphère publique serait profondément en crise, car les médias ne permettraient pas la formation d'une opinion éclairée (Gingras, 2009 : 41). En matière de sondages d'ailleurs, elle est d'avis que les médias servent souvent plus à convaincre qu'à refléter les volontés populaires (Gingras, 2009 : 8).

Nous présentons dans les prochaines lignes différentes approches pour appuyer cette idée et d'autres qui tendent à la relativiser. Nous abordons ces approches à la façon d'un entonnoir, c'est-à-dire qu'il est d'abord question des effets plus largement connus des médias sur l'opinion publique, puis des conséquences de la médiatisation des résultats de sondages et de la relation qui s'opère entre les médias et les sondages. Ensuite, à la lumière de ces différentes théories, nous jugeons essentiel de nous pencher sur la question de la fiabilité des sondages pour bien saisir les conséquences et la portée de leur médiatisation et de leur omniprésence dans les médias en période électorale.

2.2 Les effets des médias sur l'opinion publique

Nous explorons d'abord différentes approches évoquées dans la littérature sur la question, dont celles qui empruntent la voie de la recherche libérale. Malgré son approche résolument simpliste, certains éléments de l'école de pensée libérale nous apparaissent toujours pertinents pour mesurer les effets des médias dans la formation des opinions. Nous abordons ensuite différentes perspectives critiques.

Parmi les auteurs ayant marqué le courant libéral en communication, comme point d'ancrage, notons Paul L. Lazarsfeld qui, dans *The People's Choice* (1944), constate que la communication tend davantage à renforcer les opinions déterminées qu'à aider les citoyens moins informés :

« [...] the people who already knew how they were going to vote, read and listened to more campaign material than the people who still did not know how they would vote. In other words, the group which the campaign manager is presumably most eager to reach—the as-yet undecided—is the very group which is less likely

to read or listened to this propaganda (Lazarsfeld *et al.*, 1944 : 124). »

Dans cette étude sur l'évolution des intentions de vote et les effets de la campagne électorale présidentielle américaine de 1940 en vue du scrutin, Lazarsfeld y introduisait la notion du modèle de la communication en deux temps, soit que les messages médiatiques peuvent être véhiculés par des leaders d'opinion, qui interprètent ces messages et les diffusent ensuite dans leurs réseaux. « In short, politics gets through, especially to the indifferent, much more easily through personal contacts than in any other way, simply because it comes up unexpectedly as a sideline or marginal topic in a casual conversation (Lazarsfeld *et al.*, 1944 : 152). » Les effets des messages médiatiques seraient de la sorte limités.

Ce « *two-step flow of information* » est davantage développé dans l'ouvrage *Influence personnelle* (1955) d'Elihu Katz et Paul L. Lazarsfeld.

« L'influence personnelle est la source d'influence qui semble venir de loin en tête de toutes les autres. [...] Les gens tendent à voter, semble-t-il, de la façon dont votent leurs associés. [...] Les leaders d'opinion sont distribués dans tous les groupes professionnels et à tous les niveaux de l'organisation sociale et économique (Katz et Lazarsfeld, 2006 : 48). »

En bref, les messages médiatiques dont font partie les sondages d'opinion sont filtrés par les relations interpersonnelles que possède un individu avec un groupe, qui adoptera, consciemment ou non, les perspectives de ce même groupe pour être accepté (Katz et Lazarsfeld, 2006 : 62, 77). Les électeurs ne sont donc ni passifs ni isolés en ce qu'ils trouvent leurs décisions dans leurs relations interpersonnelles (Veyrat-Masson, 2006 : 292). Les messages médiatiques doivent ainsi correspondre aux normes et valeurs du groupe ainsi que recevoir l'aval des leaders d'opinion.

Les effets des messages médiatiques, aussi limités soient-ils, prennent une force d'autant plus grande en période électorale. Les médias jouent un rôle déterminant pendant cette période; ils sont la principale source d'information par laquelle les électeurs peuvent évaluer la qualité des candidats et des partis politiques (Lachapelle, 1995 : 178). Le degré d'attention des leaders d'opinion et d'une masse certaine d'électeurs est très élevé et les médias jouent un rôle critique alors que beaucoup n'ont pas arrêté leur choix ou demeurent enclins à le modifier (Bastien et Nadeau, 2003 : 168). La qualité de l'information diffusée représente alors un enjeu majeur, car les façons de faire des médias peuvent entraîner de réels effets, bien que difficiles à distinguer (Veyrat-Masson, 2006 : 296). Par exemple, l'établissement de l'ordre du jour (*agenda-setting*) est cet effet pervers où les médias en viennent à dicter la pensée des gens en dressant la liste des préoccupations socialement et politiquement importantes (Gingras, 2003 : 20). L'effet de cadrage (*framing*) « consiste à sélectionner des éléments d'une réalité afin de promouvoir un aspect particulier de cette réalité » (Veyrat-Masson, 2006 : 296). Il s'agit d'induire dans les messages une direction. L'amorçage (*priming*) « concerne l'influence des médias sur les critères utilisés par le public pour juger les différents acteurs de la campagne électorale, leurs thèmes et leurs opinions avec un objectif persuasif » (Veyrat-Masson, 2006 : 296).

Toujours dans la recherche libérale, Benjamin Page et David Shapiro valorisent la raison dans la communication électorale en proposant une théorie de la rationalité collective :

« These propositions add up to the general claim that collective public opinion is real, measurable, and rational—by which we mean not necessarily right or correctly calculated, but reasonable and understandable, given the information the public has at hand (Page et Shapiro, 1993 : 39). »

À leur avis, l'opinion publique collective, c'est-à-dire la somme des opinions individuelles, est généralement stable, sensible et informée et lorsqu'elle varie, elle le fait de façon raisonnable et compréhensible; le changement dans l'opinion a lieu en réponse à des événements objectifs et à de nouvelles informations véhiculées par les médias de masse (Page et Shapiro, 1993 : 40). En ce sens, les médias ont un rôle de taille dans la construction de l'opinion publique collective. Les experts, chercheurs et responsables gouvernementaux, disent-ils, apportent de nouvelles contributions au monde politique en faisant des découvertes et en interprétant de nouveaux événements. Leurs idées sont ensuite relayées à des commentateurs et leaders d'opinion qui communiquent directement avec le public à travers les journaux, les magazines, la radio et la télévision, et indirectement avec les réseaux sociaux familiaux, amicaux et professionnels (Page et Shapiro, 1993 : 42). Si les citoyens n'acquièrent pas de l'information détaillée sur la politique par les médias, ils réfléchissent tout de même à l'information qui y est véhiculée et modifient conséquemment leurs préférences politiques.

À l'opposé de la perspective libérale, Stuart Hall, issu de la recherche critique et figure d'influence des *Cultural Studies*, a démontré dans *Culture, Media, Language* (1980) que trois comportements émanaient en réaction aux messages médiatiques (Hall, 1980 : 128). La première position est celle de la lecture hégémonique-dominante : « When the viewer takes connoted meaning from, say, a television newscast or current affairs programme full and straight, and decodes the message in terms of the reference code in which it has been encoded (Hall, 1980 : 136). » La deuxième position se traduit par une lecture négociée où le récepteur accepte certains éléments du message dominant tout en s'opposant à d'autres. La troisième position a lieu quand un message est reçu et interprété de façon contraire, soit une lecture

oppositionnelle. La théorie de Hall porte ainsi sur l'encodage du message médiatique et de son décodage parmi les récepteurs.

Dans ce contexte, une résistance aux discours hégémoniques demeure possible, nous dit Anne-Marie Gingras :

« Si les êtres humains sont effectivement conditionnés en bonne partie par leur entourage et les logiques sociales des organisations dans lesquelles ils se trouvent, ils ont le choix d'exercer une autonomie relative qui peut minimiser les contraintes structurelles sur eux (Gingras, 2009 : 50, 52). »

De la même manière, dans un ouvrage sur les stratégies des candidats aspirant à la présidence française, Thierry Vedel conclut que les médias ont bien des effets, « mais des effets partiels et diffus, à certains moments et dans certaines conditions, et sur des groupes particuliers de la population » (Vedel, 2007 : 208).

2.3 La médiatisation des sondages

Les différents auteurs abordés jusqu'ici se sont principalement penchés sur les effets qu'ont les médias sur les récepteurs et la formation de leur opinion. Nous devons maintenant circonscrire le cadre théorique à la relation entre les médias et les sondages d'opinion dans la communication électorale. Le sondage occupe une fonction d'envergure pour les médias. Il contribue à faire la nouvelle en période électorale; il devient une nouvelle en tant que telle et construit l'histoire électorale. Un premier sondage est médiatisé, change le cours de la campagne électorale jusqu'à un certain degré et possiblement l'opinion publique, entraîne la médiatisation d'un nouveau sondage aux résultats généralement différents et ainsi de suite. Guy Lachapelle synthétise ainsi ce phénomène :

« Les médias jouent un rôle de catalyseur au point où plusieurs se demandent si les sondages ne constituent tout simplement pas une panacée pour offrir aux citoyens une information relativement objective sous le couvert d'une pseudo-scientificité (Lachapelle, 1995 : 178). »

Stéphane Wahnich décrit dans un essai le changement de statut des sondages électoraux en France depuis les années 90, une tendance constatée également au Canada, soit qu'ils sont passés d'un outil d'analyse à un outil de communication (Wahnich, 2004 : 45). Il explique en ces mots les conséquences dramatiques de cette transformation :

« Par la technique même des sondages et leur mode de médiatisation, les résultats sont faussés. L'information donnée par les sondages auprès du grand public va être interprétée (diffusée auprès de ceux qui) par ceux-là mêmes qui vont le lendemain être sondés et de ce fait, la médiatisation de l'information va changer l'opinion de certaines personnes sondées. Ces dernières peuvent alors jouer un jeu de rôle et donner des réponses différentes de celles qu'elles auraient données sans cette médiatisation. En fait, la médiatisation des sondages change l'information que l'on est censé mesurer. Il existe une sorte d'anthropophagie où l'outil de mesure, par sa médiatisation, change l'objet mesuré (Wahnich, 2004 : 46). »

Wahnich avance ainsi que les sondeurs en viennent plutôt à enregistrer une mesure de l'effet médiatique des hommes et femmes politiques à travers la publication des sondages. Or, si ces sondeurs ont développé des méthodes pour corriger les erreurs lors de la réalisation de sondages telle que la représentativité, la correction des effets liés à leur médiatisation repose bien moins sur l'analyse scientifique que sur l'hypothèse (Wahnich, 2004 : 49). Les sondeurs expliqueront qu'un sondage est une photographie de l'électorat au moment où il est réalisé et qu'il n'a pas de valeur de pronostic. Leurs commentaires et ceux des journalistes et analystes dans les médias relèvent toutefois du pronostic (Wahnich, 2004 : 54).

2.3.1 Les sondages vus par les médias

Dans la même veine, les commentateurs et journalistes qui décrivent ces campagnes électorales, surtout lorsqu'elles sont serrées, ont tendance à surinterpréter les résultats des sondages, faisant la plupart du temps fi de la représentativité réelle des échantillons par quotas et des marges d'erreur utilisées, concepts incompris du grand public et même des journalistes (Lech (2001), cité par Marquis, 2005 : 17-18; Lemieux, 1988 : 62). Dans le cas des quotas, « même s'ils sont parfaitement respectés, rien ne garantit que les personnes sélectionnées soient représentatives de leur sous-groupe d'origine » (Endeweld, 2007 : 3).

Les maisons de sondage et les médias auraient aussi tendance à taire l'indécision des électeurs ou à faire en sorte de la réduire afin d'avoir des pourcentages suffisamment élevés et départager un gagnant des perdants (Lemieux et Pétry, 2010 : 122). Les sondeurs peuvent donc faire appel à différents libellés de questions sur les intentions des électeurs pouvant faire varier le nombre d'indécis. Plutôt que de demander « Savez-vous pour quel candidat vous allez voter le jour du scrutin ? », certains poseront le libellé suivant dans le but d'encourager le répondant à choisir un candidat : « Si l'élection avait lieu aujourd'hui, pour quel candidat voteriez-vous (Lemieux et Pétry, 2010 : 122) ? » Agir de la sorte pose toutefois certains risques et peut conduire à des inexactitudes, car il demeure bien possible que le choix des sondés changera le jour du scrutin.

Autre problème, explique Jacques Antoine, « les taux de non-répondants, qui peuvent être assez importants, sont rarement indiqués par les médias. [...] il serait souhaitable que les médias indiquent dans quelle mesure les chiffres les plus importants sont ou non significatifs (Antoine, 2007 : 50). » Dans le

contexte d'une course serrée entre deux candidats, les journalistes ne rendraient pas suffisamment compte de l'incertitude statistique, ajoute Antoine :

« L'une des plus simples [façons] est d'associer au chiffre retenu une marge d'incertitude en écrivant par exemple « 49 % +/- 2 % » ou encore « entre 47 et 51 % ». L'expérience montre que les journalistes et patrons de presse n'aiment pas suivre ce genre de conseil : ils veulent un chiffre, et répugnent à publier un intervalle, une fourchette. Mais le commentaire pourrait au moins alerter le lecteur (Antoine, 2007 : 51). »

De nombreux médias paraissent ainsi adopter une position constructiviste par rapport aux sondages, plutôt que positiviste, c'est-à-dire qu'ils construisent une réalité à partir des sondages au lieu de reconnaître que les sondages ne sont pas le reflet exact de cette réalité (Gingras et Carrier (1996), cités par Marquis, 2005 : 18). L'attention ainsi tournée vers les sondages ne donne pas aux électeurs un éclairage juste de la situation. « Les faibles avances peuvent dynamiser ou déprimer les militants, alors qu'elles ne signifient souvent plus qu'un nez à nez, ou même que l'avance d'un camp n'est pas celle qu'on croit (Gingras, 2009 : 175). » Ajoutons que de plus en plus de personnes sont faiblement associées à des partis politiques et tendent à se comporter comme des consommateurs qui magasinent leur candidat (Delacourt, 2013). Alors, elles ne se décident qu'à la toute fin d'une campagne électorale, ce qui explique que leur choix final peut être influencé par des événements modestes et tardifs (Blais *et al.*, 1986 : 336).

Les médias ont alors le devoir de publier toutes les informations nécessaires, dont la méthodologie, la formulation des questions et les marges d'erreur, pour permettre aux électeurs de bien comprendre les résultats. Ce travail semble souvent occulté, ce qui peut laisser croire à une certaine validité scientifique des données présentées alors qu'il n'en est rien. « [...] on réalise

de plus en plus que pour analyser les sondages et en rendre compte avec précision, les journalistes doivent posséder des compétences particulières », fait remarquer Guy Lachapelle (1991 : 3).

Pourtant, selon l'article 326 de la Loi électorale du Canada votée en 2000, la diffusion des sondages électoraux dans les médias pendant la période électorale est soumise à certaines restrictions. Tous les journaux qui diffusent les résultats de sondages au cours des vingt-quatre heures suivant la publication par le sondeur doivent notamment fournir les renseignements suivants (Loi électorale du Canada, 2000 : article 326) :

- Nom de l'organisation qui a procédé au sondage;
- Moment où le sondage s'est fait;
- Population de référence;
- Nombre de personnes contactées;
- Marge d'erreur applicable;
- Libellé des questions posées.

Notons que les mêmes critères s'appliquent lors d'élections provinciales albertaines en vertu de l'*Alberta Election Act* (*Alberta Election Act*, 2014 : article 135.2).

Dans deux études distinctes, Claire Durand, Tania Gosselin et François Pétry en viennent à la conclusion que de nombreux médias ne respectent pas la Loi à la lettre. Celle de Durand, qui portait sur la médiatisation de sondages par plusieurs médias canadiens pendant la campagne électorale fédérale de 2000, démontre que les médias ont peu changé leurs façons de faire :

« Information was not always easily available, in some instances merely taking the form of comment by a pollster's spokesperson in the text of the article. If one compares the information provided under the Elections Act with the information provided by the

media and pollsters in 1997, not much change can be reported (Durand, 2002 : 544). »

Pour leur part, Gosselin et Pétry ont analysé les articles de trois quotidiens canadiens pendant les périodes de janvier 2003 à juillet 2004. Ils en sont venus à la conclusion que les articles publiés pendant que la Loi est en vigueur respectent davantage les critères de la Loi, mais ne répondent pas en totalité aux standards exigés (Gosselin et Pétry, 2009 : 48). En plus, Gosselin et Pétry notent quatre éléments techniques exclus de la Loi électorale au Canada qui devraient s'y retrouver : la méthode pour obtenir les résultats du sondage, le taux de réponses, la méthode d'échantillonnage (quota ou aléatoire) et la taille de l'échantillon (Gosselin et Pétry, 2009 : 42). Ils ont enfin remarqué que de nombreux sondeurs ne fournissent pas toutes les informations nécessaires aux médias, comme quoi la critique peut aussi être dirigée aux producteurs d'enquêtes d'opinion.

D'autres études ont également démontré que la réglementation n'a pas été suivie dans les années suivant la mise en place la nouvelle Loi électorale (Lemieux et Pétry, 2010 : 135). Ce peu de respect pour la Loi s'expliquerait par l'absence de surveillance d'une part et la faiblesse des pénalités possibles d'autre part : « Seuls les journalistes qui auraient été pris une fois sont incités à se familiariser avec la Loi [...] (Lemieux et Pétry, 2010 : 136). »

2.3.2 Le *horse race* généré par la médiatisation des sondages

Compte tenu de l'omniprésence des sondages médiatisés en campagne électorale, de nombreuses analyses tentent donc de vérifier leur influence sur le comportement de l'électorat et leurs intentions de vote. Lionel Marquis a

pour sa part recensé une quantité non négligeable de théories pour démontrer que l'influence de la médiatisation des sondages peut être considérable en entraînant notamment une « clôture intellectuelle sur la perception générale de l'issue probable des élections » (Marquis, 2005 : 4). L'une des conséquences les plus remarquables de la publication des enquêtes d'opinion en campagne électorale est l'effet d'entraînement qu'elle suscite, le *horse race journalism*, soit une couverture de campagne qui fait penser à une « course de chevaux ». Une légitimation forte du journalisme électoral repose sur le journaliste qui devient en quelque sorte « porte-parole » des sondages. La couverture médiatique relève alors davantage de la description des candidats en avance et de ceux qui sont en retard dans les sondages, des stratégies qu'ils adoptent, des activités de campagne et de l'issue de la compétition que de l'analyse politique (McCombs et Shaw (1972), cité par Marquis, 2005 : 5). Cette course transformerait au final l'attitude vis-à-vis le vote en annihilant la réflexion collective, c'est-à-dire qu'elle devient moins l'expression d'une opinion que de l'anticipation qu'ont les électeurs des résultats prévus par les instituts de sondages (Wahnich, 2004 : 46).

Les élections fédérales de 2004 et de 2006 au Canada ont démontré l'omniprésence du *horse race* dans la couverture médiatique d'une campagne électorale. Blake Andrew et Stuart Soroka ont analysé les articles de sept quotidiens du pays lors de ces élections. Ils ont noté pour chacun des articles sur quoi l'accent était mis, soit sur le déroulement de la campagne et les résultats des chefs et partis politiques dans les sondages, soit sur les enjeux politiques. L'analyse des articles leur a permis de déterminer que 55 % de la couverture en 2004 portait sur des enjeux liés au déroulement de la campagne et les sondages, le *horse race*, contre 45 % en 2006 (Andrew et Soroka, 2010 : 116). Bref, environ la moitié des sujets abordés par les médias

en campagne électorale sont orientés sur ce *horse race*, nourri quotidiennement par la médiatisation des sondages sur les intentions de vote. Andrew et Soroka ont observé de plus que les articles à la une des quotidiens étaient davantage portés sur le *horse race*, contrairement aux articles sur les enjeux politiques qui se trouvaient principalement dans les pages subséquentes (54 % contre 47 %) (Andrew et Soroka, 2010 : 117). Ils en concluent ainsi que les électeurs qui ne font que feuilleter les journaux, voire observer la première page uniquement, sont non seulement exposés à moins d'information, mais à une information différente (Andrew et Soroka, 2010 : 117). Les articles sur le *horse race* représentent une part beaucoup plus importante de la totalité des articles vus par ceux-ci. Nécessairement, dans ce contexte, les médias présentent une quantité plus limitée d'enjeux politiques destinés à la formation de l'opinion des citoyens.

Pendant ce temps donc, les véritables enjeux ne seraient pas débattus. Ce style de couverture journalistique est probablement le produit de contraintes bien réelles auxquelles font face les journalistes, soit l'heure de tombée quotidienne dans un contexte électoral (Carpini (2005), cité par Andrew et Soroka, 2010 : 122). En effet, il est beaucoup plus facile de reprendre le contenu d'un sondage, de le présenter et d'en faire une analyse que de produire un récit analytique détaillé et recherché sur un enjeu politique ou de réaliser une épreuve des faits à la lumière de promesses électorales. Les médias d'information subissent également de fortes pressions financières et doivent conjuguer avec des impératifs commerciaux; la diffusion d'information tend à devenir plus divertissante qu'éclairante (Bastien et Nadeau, 2003 : 168). Miser sur le *horse race* crée un suspense dans la campagne électorale, génère une histoire qui se vend plus facilement aux téléspectateurs en somme.

Dans l'article *Expectations and Elections: How Television Defines Campaign News*, Richard Craig (2000) observe que les résultats des sondages prennent de fait de plus en plus de place dans les médias. Cette propension à faire des sondages un élément essentiel aux bulletins de nouvelles mène à ce cercle vicieux où les médias développent davantage cette tendance à parler de la position des politiciens dans les sondages et qu'en retour, les politiciens ajustent leur campagne selon leur pointage. L'étude de Craig souhaitait répondre à un élément absent des études sur les médias, soit l'évolution de l'utilisation des sondages dans les médias sur une longue période de temps. Pour ce faire, il a analysé les contenus des textes du bulletin de nouvelles américain *CBS Evening News* portant sur les campagnes présidentielles de 1968 à 1996. La question posée était la suivante : en utilisant toujours plus les sondages, est-ce que les reporters créent des attentes auprès de l'électorat sur ce que les candidats devraient faire au cours de leur campagne (Craig, 2000 : 31) ? Deux tendances majeures ont pu être observées. Il est apparu qu'avec les années, les journalistes s'appuient toujours plus sur les sondages pour en faire des histoires; ces histoires créent également toujours plus d'attentes envers les candidats. Sans l'exprimer formellement, avec la dépendance accrue des médias aux sondages qui entraîne une intrusion des attentes dans les contenus, Craig indique en conclusion que la possibilité de l'influence des sondages par leur médiatisation existe bel et bien. Il serait en effet difficile que cette dépendance puisse laisser l'auditoire indifférent. Les journalistes en viendraient ainsi à dire explicitement au public à quoi s'attendre d'un candidat au cours d'une course électorale en présentant les résultats d'enquêtes d'opinion.

Les conséquences de cette médiatisation des sondages font toujours l'objet de débats dans la littérature. Certains prétendent que les sondages peuvent jouer une fonction corrective en illustrant des données plus fidèles de

l'électorat que ne le feraient les commentateurs, journalistes et politiciens (Max (1981), cité par Marquis, 2005 : 22). Ou encore, d'autres sont d'avis qu'une absence de sondages rendrait ennuyeux l'exercice d'une campagne électorale, comme quoi l'intérêt du public pour les enjeux électoraux s'étiolerait si ce n'était pas du *horse race* (Meyer et Potter (2000), cités par Marquis, 2005 : 6). Reste qu'ils sont beaucoup à exprimer des réserves quant à l'imposition des sondages comme représentation scientifique présumée de l'opinion publique. Les effets pervers apparaissent, selon eux, nombreux.

2.3.3 L'influence de la médiatisation des sondages : le vote stratégique et les effets *bandwagon* et *underdog*

Lionel Marquis met en évidence trois étapes cruciales pour expliquer le processus d'influence des sondages : l'exposition, l'attention et l'intérêt (Marquis, 2005 : 46). L'exposition repose essentiellement sur la possibilité qu'un sondage soit exposé de façon pure et simple à un individu à travers un quelconque média. « On peut raisonnablement penser qu'entre 50 % et 80 % des individus, selon les pays, sont potentiellement exposés à la diffusion médiatique de divers sondages (Marquis, 2005 : 46). » L'attention pour sa part porte davantage sur la conscience que les électeurs auront du discours tenu par les sondeurs. Cela ne veut pas nécessairement dire que l'information sera assimilée par les électeurs. Pour parvenir à un tel niveau de communication, il faut que l'électeur ait un intérêt pour la chose. Les niveaux d'exposition, d'attention et d'intérêt, nous dit Marquis, vont varier en fonction du contexte; plus l'incertitude est grande, plus ces niveaux auraient tendance à augmenter, ainsi que le potentiel de déclencher chez les électeurs des réactions délibérées ou inconscientes. De fait, dans la recherche empirique, l'influence se traduirait en deux principales sources. Une source cognitive et

externe permet aux électeurs d'ajuster leurs pronostics, alors qu'une source affective et interne agit en projetant son propre point de vue sur l'électorat en fonction de ses préférences électorales (Marquis, 2005 : 55). Ces sources, tributaires du contexte dans lequel s'inscrit une campagne électorale, contribueraient à la formation de son choix dans l'isoloir.

Pour Marquis, « la rationalisation des préférences électorales par les sondages d'opinion peut être expliquée par différentes théories ayant cours dans la littérature psychologique, sociale ou cognitive » (Marquis, 2005 : 50). Si les effets de la médiatisation des sondages semblent parfois surestimés, les théories avancées jusqu'ici laissent entendre qu'ils existent bel et bien et peuvent nuire au processus démocratique. Parmi celles que nous propose la littérature, nous retenons le vote stratégique et les effets *bandwagon* et *underdog*.

Le vote stratégique est ce phénomène où des électeurs votent en faveur d'un candidat, qui n'est pas leur favori, mais qui se trouve en meilleure position, selon les sondages, pour s'imposer face à un candidat encore moins apprécié (Bartels (1998), cité par Marquis, 2005 : 55). Ce type de vote agit principalement sur les grands partis étant donné leur plus grande capacité de bloquer l'élection du parti le moins préféré (Lemieux et Pétry, 2010 : 116).

L'effet *bandwagon* survient lorsqu'une partie non négligeable du corps électoral vote en faveur du candidat qui semble le plus en mesure de l'emporter selon les sondages. Cet effet a été largement étudié dans l'histoire (Bastien et Nadeau, 2003 : 177). Dans *The People's Choice*, Paul Lazarsfeld (1944) y faisait référence dans son analyse sur l'élection présidentielle américaine de 1940 afin d'expliquer des changements dans les intentions de vote (Lazarsfeld *et al.*, 1944 : 107). La théorisation de cet effet ne date pas

d'hier donc. Le mécanisme psychologique le plus répertorié est celui s'apparentant à un effet de contagion, c'est-à-dire lorsqu'un engouement pour une candidature est favorisé par une visibilité médiatique, ce qui entraîne une spirale d'intérêt public où tant la collectivité que les individus succombent à son effet attractif (Bartels (1998), cité par Marquis, 2005 : 59). La différence de l'effet *bandwagon* avec le vote stratégique est qu'il affecte à la fois le vote et la préférence partisane (Lemieux et Pétry, 2010 : 116).

Si le vote stratégique et l'effet *bandwagon* vont généralement dans le même sens en avantageant le parti en avance dans les sondages, l'effet *underdog* apparaît quand un certain nombre d'électeurs choisissent de voter pour un candidat qui tire de l'arrière dans les sondages (Bastien et Nadeau, 2003 : 177). Dans son ouvrage sur les stratégies des candidats à la présidence en France, Thierry Vedel écrit que la publication des sondages remobilise dans certains cas des électeurs en la faveur d'un candidat annoncé perdant, comme s'ils souhaitaient se porter à son secours (Vedel, 2007 : 72).

La médiatisation des sondages pourrait ainsi influencer l'électorat le jour du vote. Si les effets sont somme toute assez limités, le vote stratégique et l'effet *bandwagon* pourraient « influencer les résultats d'une élection, en particulier s'ils vont dans le même sens que d'autres effets, comme l'effet de démoralisation des troupes du parti donné comme perdant » dans les sondages publiés entre autres (Lemieux et Pétry, 2010 : 120).

2.3.4 Les conséquences de la médiatisation des sondages : le débat

Les caractéristiques de la relation entre les médias et les sondages s'avèrent donc d'une étonnante complexité; les effets possibles de la médiatisation des

sondages sur le comportement des électeurs méritent une attention certaine. Les arguments en ce sens demeurent solides. Comme l'exprime Marquis, toutefois, de nombreux spécialistes sont d'avis que les effets *bandwagon* et *underdog* finissent par se neutraliser, bien que la magnitude de chacun varie dans chaque contexte. Ce qui nous fait dire que chaque cas nécessite un modèle d'analyse différent; il ne peut en exister un qui soit applicable à tous. L'influence est ambivalente, à ne pas négliger, et « plusieurs modèles sont nécessaires pour capter les effets contrastés que les sondages peuvent exercer sur les électeurs » (Marquis, 2005 : 68). Isabelle Veyrat-Masson résume ainsi le problème que posent les études sur la réception des messages tels que la médiatisation des résultats d'enquêtes d'opinion : « [Elles] sont très difficiles à mener et les résultats prêchent toujours par l'incapacité fondamentale d'isoler le message médiatique des autres influences (Veyrat-Masson, 2006, 299). »

Dans ce débat, Guy Lachapelle déplore que les études soient davantage basées sur des intuitions et que la démonstration empirique demeure limitée :

« [...] les études sur les élections fédérales [Canada] depuis le début des années soixante ont amplement souligné que le comportement des électeurs n'est pas seulement guidé par l'information publiée dans les médias ou par sondages, mais par d'autres facteurs, comme la région, le revenu et l'éducation qui entrent en ligne de compte. C'est pourquoi une nuance importante est souvent soulignée, à savoir que si les sondages ont une influence, c'est sans doute auprès de certaines catégories d'électeurs, en particulier ceux qui prennent leur décision à la dernière minute (Lachapelle, 1995 : 179). »

Il ne semble pas en somme y avoir consensus dans la littérature quant à l'impact réel des sondages sur les électeurs, car la précision des études demeurerait généralement défailante d'un point de vue scientifique (Lachapelle, 1995 : 181). N'empêche que la relation entre les sondages et

leur médiatisation révèle de nombreux éléments pertinents pour offrir des pistes de réflexion à l'analyse d'un résultat électoral. Lachapelle a donc développé dans ce contexte un argumentaire plutôt dirigé vers le droit du public à une information juste, fiable et de qualité. Si l'électeur utilise les données des enquêtes d'opinion diffusées dans les médias pour faire une évaluation de tel ou tel candidat et parti politique, il doit du moins avoir entre les mains « toute l'information nécessaire pour porter un jugement éclairé » (Lachapelle, 1995 : 182).

2.4 Le caractère défaillant des sondages

Pour Gingras, un regard critique s'impose donc dans l'analyse de la médiatisation des sondages, car ils servent d'outils de gestion, c'est-à-dire qu'ils contribuent à légitimer ou délégitimer des acteurs, des politiques et des projets, alors qu'ils ne reflètent pas l'opinion réelle de la population (Gingras, 2009 : 193).

Gingras considère « comme une fiction l'idée que l'opinion et les sondages représentent l'opinion réfléchie de la population sur une question donnée » (Gingras, 2009 : 168). Pour faire valoir son propos, elle propose trois analyses distinctes des sondages : technique, langagière et politique. D'un point de vue technique, elle remet en cause la représentativité des échantillons soulignant l'impossibilité de rendre compte adéquatement de la complexité de la population, l'étendue des marges d'erreur qui oscille généralement dans un intervalle de six points de pourcentage, le degré de confiance et la répartition des personnes indécises ou discrètes (Gingras, 2009 : 174). Quant à l'analyse langagière, le problème repose sur la manière subjective de construire et de poser les questions qui peuvent influencer les

réponses (Gingras, 2009 : 178). L'analyse politique permet enfin de déceler l'interprétation bien différente que font les instances politiques et les citoyens des sondages d'opinion (Gingras, 2009 : 192). Si les politiciens tiennent à cœur les sondages, eux qui souhaitent recueillir un maximum de soutien populaire, il en va autrement pour les citoyens, qui produisent des réponses reposant sur des critères, parfois, très relâchés. Ces analyses, insiste Gingras, soulèvent le caractère probabiliste, construit et hasardeux des enquêtes d'opinion.

Le problème de la mesure de l'opinion publique réside en ce qu'elle n'est pas authentique. Les sondages ne reflètent pas l'opinion publique, nous dit Loïc Blondiaux, ils la réalisent (Blondiaux, 2003 : 151). À cet égard, Blondiaux fait sept propositions pour en faire la démonstration. Parmi elles, on retiendra que le sondage « recueille une opinion provoquée, réactive et non spontanée », qu'il « ne reconnaît que des opinions verbalisées et ne prend pas en compte les expressions symboliques ou violentes de l'opinion », qu'il « ne différencie pas les opinions selon leur degré d'intensité », et qu'il « réunit des opinions atomisées, individuelles et non organisées » (Blondiaux, 2003 : 151).

Cette dernière proposition vient notamment appuyer une analyse des sondages lors de l'élection québécoise de 1985 – et très certainement de nombreuses autres. Cette campagne avait été marquée par la publication d'un nombre important de sondages pour l'époque, c'est-à-dire un total de treize sondages nationaux alors que l'élection précédente en comptait quatre. Les sondeurs avaient bien prédit l'issue du vote, soit la victoire du Parti libéral du Québec. Toutefois, les chercheurs ont observé des écarts de 3 % par rapport aux résultats électoraux. Ils ont constaté que « les non-sondés, beaucoup plus que les indécis ou les discrets, sont responsables des écarts

systématiques entre les données des sondages et le vote » (Blais *et al.*, 1986 : 334).

Nous en déduisons donc qu'à la lumière des facteurs d'influence de la médiatisation des sondages évoqués précédemment et de la mesure indubitablement non représentative que les sondeurs font de l'opinion publique, leur utilisation dans les médias ne contribue pas à l'idéal démocratique incarné par l'espace public au sens « habermassien » du terme. En d'autres mots, il semble du moins y avoir consensus quant à l'idée que la médiatisation des sondages – cette relation entre les médias et les sondages – n'est pas sans conséquence sur les électeurs, voire pour la démocratie.

2.5 Au nom de la liberté d'expression

Ils sont somme toute nombreux dans la littérature à remettre en question la publication des sondages dans les médias en campagne électorale, d'autant plus dans les jours qui précèdent le scrutin. Loïc Blondiaux synthétise de la sorte le problème que posent les sondages :

« [...] le dispositif de représentation de l'opinion publique mis en place par les sondages repose à la fois sur une construction politique empruntée à la théorie démocratique et sur une construction scientifique, s'adossant à une certaine manière de concevoir et de pratiquer les sciences sociales (Blondiaux, 1998 : 573) ».

Puisque nous avons déjà abordé la notion controversée de « science » que s'attribuent les firmes de sondages, nous nous attarderons ici à la question démocratique. Au Canada, la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis politiques, mise sur pied par le gouvernement de

Brian Mulroney en 1989, a évalué la possibilité de régler les sondages en période électorale. Le politologue Guy Lachapelle avait été chargé de l'enquête. Il en est ressorti que le potentiel d'influence des sondages sur l'intégrité de l'élection et de son déroulement – bien que les motifs d'y croire semblent raisonnables – s'avère difficilement vérifiable, mais surtout que le public n'était pas en mesure de juger de la qualité et de la fiabilité des résultats parce que présentés de façon incomplète (Lachapelle, 1991 : 12, 150, 177). Il a donc notamment recommandé une période d'interdiction de publication des sondages pendant les 72 heures précédant la fermeture des bureaux de scrutin.

En 1993, le Parlement canadien adoptait une loi en ce sens qui a, cinq années plus tard, été jugée inconstitutionnelle par la Cour suprême du Canada. Les juges ont conclu que les effets de sondages erronés n'avaient pas été démontrés de façon satisfaisante : « L'intimé ne précise pas à quel effet déformant il se réfère, et les décisions des juridictions inférieures ainsi que les propos des parlementaires au moment de l'adoption de la disposition sont tout aussi obscurs. » (CSC, 1998 : paragraphe 97). Ils ont également statué qu'une telle interdiction portait atteinte à la liberté d'expression : « Même en supposant une certaine vraisemblance à ces dangers, [...], il ne fait aucun doute que les sondages concernant les candidats ou les enjeux électoraux font partie du processus politique et sont, de ce fait, au cœur de la liberté d'expression garantie par la Charte (CSC, 1998 : paragraphe 92). » La Cour suprême ajoutait : « Il faut présumer aux électeurs canadiens un certain degré de maturité et d'intelligence. Ils ont le droit de tenir compte des résultats des sondages pour voter d'une manière stratégique (CSC, 1998 : paragraphe 101). »

En réaction à ce jugement, Anne-Marie Gingras déplore la conception « libertaire » de la Cour suprême qui accorde aux citoyens une compétence jamais démontrée jusqu'ici, soit qu'ils puissent distinguer le vrai du faux (Gingras, 2009 : 203). Ici, la notion de la liberté d'expression l'a emporté sur tout ce qui avait été démontré dans la littérature en sciences sociales. Les sondages feraient ainsi partie du processus électoral démocratique.

La décision de la Cour suprême indiquait cependant que les préoccupations relatives à la précision méthodologique des sondages étaient justifiées (Élections Canada, 2015). C'est pourquoi la nouvelle Loi électorale du Canada adoptée en 2000 tente dans une certaine mesure de répondre à ces préoccupations, comme nous l'avons vu précédemment. La Loi interdit également la publication de tous nouveaux résultats de sondages le jour de l'élection, au même titre que les publicités, mais ne va pas plus loin (Loi électorale du Canada, 2000 : article 328). Depuis, rien n'a été fait en matière de sondages sur le plan législatif.

D'autres pays dans le monde ont comme le Canada interdit la publication des sondages à un certain moment de la période électorale (Lemieux et Pétry, 2010 : 137). Nous retrouvons cette prohibition avant le jour du scrutin au sein de seize des vingt-huit pays de l'Union européenne; les délais varient d'un pays à l'autre, mais seulement l'Italie, la Slovaquie et le Luxembourg en interdisent la diffusion plus de sept jours avant le vote (ACE, 2015). De nombreux pays ont dû assouplir leur législation pour des raisons juridiques. Aux États-Unis, la couverture médiatique des sondages est toujours autorisée, considérée comme partie intégrante de la liberté d'expression dans les élections (ACE, 2015).

2.6 Conclusion

La médiatisation des sondages contribue somme toute à la réalisation, à tort ou à raison, de la course électorale. Elle établit dès le début de la campagne une hiérarchie entre les candidats et contribue à amplifier l'écart de traitement médiatique entre ceux ayant une chance de remporter la course et ceux présents uniquement pour la forme (Cayrol, 2006 : 92). Connaissant mieux le rapport de forces entre les candidats, les électeurs sont ainsi davantage en mesure de faire un choix éclairé en fonction de leurs attentes, dans la mesure où la production des sondages et leur médiatisation sont réalisées dans les règles de l'art. Cela dit, bien que toute notre attention soit ici portée sur les sondages, il n'en demeure pas moins que c'est la qualité de la campagne des candidats qui joue le rôle de premier plan en période électorale (Cayrol, 2006 : 92).

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

3.1 Introduction

Comme la recherche qualitative vise la compréhension d'un phénomène pris dans son contexte (Bonneville *et al.*, 2006 : 156), cette méthode nous est apparue toute désignée pour répondre à la problématique soulevée dans le cadre de ce travail de recherche. La méthode qualitative est d'ailleurs « particulièrement recommandée lorsque le chercheur souhaite explorer ou approfondir un processus ou un phénomène », ce qui est tout à fait notre cas (Bonneville *et al.*, 2006 : 156). De fait, notre démarche est purement inductive. « L'induction, nous dit Madelaine Grawitz, est une généralisation, opération par laquelle on étend à une classe d'objets ce que l'on a observé sur un individu ou quelques cas particuliers (Grawitz, 2001 : 16). » De ce fait, nous nous sommes inspirés des contenus médiatisés de la campagne électorale albertaine de 2012 pour tenter de trouver des éléments de réponse à une problématique bien réelle ; il s'agit d'une induction rigoureuse, c'est-à-dire qu'elle « reconnaît certaines caractéristiques aux phénomènes observés, les résume dans une loi » (Grawitz, 2001 : 16). Cette démarche s'inscrit dans une logique d'exploration et de construction, de laquelle nous avons tenté d'extraire des éléments de réponse à une problématique – nous l'avons longuement abordée – complexe et historique.

3.2 Une étude de cas

Notre problématique fait d'autant plus référence à un cas particulier, ici celui de la médiatisation des sondages dans le cadre de l'élection albertaine de 2012. Nicole Giroux indique que l'étude de cas « est particulièrement féconde [...] quand le chercheur tente de répondre à des questions comme : Que s'est-il passé ? Comment cela s'est-il produit ? Pourquoi cela est-il arrivé ? L'étude de cas tient compte des dimensions historiques, contextuelles et circonstanciées du phénomène observé » (Giroux (2003), cité par Bonneville *et al.*, 2006 : 156). Une étude de cas s'avérerait donc tout indiquée, d'autant plus en vertu de la définition qu'en donne Robert K. Yin :

« Une enquête empirique étudie un phénomène contemporain dans son contexte de vie réelle, où les limites entre le phénomène et le contexte ne sont pas nettement évidentes, et dans lequel des sources d'information multiples sont utilisées (Yin (1989), cité par Bonneville *et al.* , 2006 : 156) »

Cette recherche traite en effet de nombreux éléments d'informations qui sont, soulignons-le, peu quantifiables.

Nous avons ainsi, par une analyse de contenu, déterminé les caractéristiques des relations entre les médias et les sondages pendant cette élection albertaine et évalué si ces caractéristiques peuvent nous donner des indices sur l'improbable issue de cette élection. Grawitz, citant les auteurs du *General Inquirer*, donne une définition de ce type d'analyse qui correspond bien à l'objectif que nous avons tenté de remplir : « Toute technique permettant de faire des inférences en identifiant objectivement et systématiquement les caractéristiques spécifiées du message. [...] l'analyse de contenu s'oriente vers la formalisation des relations entre thèmes [...] (Grawitz, 2001 : 607). » Plus précisément, cette analyse de contenu tend vers celle de l'exploration, soit une recherche d'hypothèses faisant avant tout

appel à l'intuition et à l'expérience (Grawitz, 2001 : 608). La différence essentielle ici est le qualitatif de l'approche qui repose sur la présence ou l'absence d'une caractéristique, opposé au quantitatif qui mise sur la fréquence de données : « [...] dans l'analyse qualitative, la notion d'importance implique la nouveauté, l'intérêt, la valeur d'un thème, ce critère demeurant évidemment subjectif » (Grawitz, 2001 : 608-609).

Pour parvenir à répondre à la première partie de la problématique, soit d'identifier les caractéristiques des articulations entre les médias et les sondages, nous avons laissé parler le terrain à travers l'analyse d'articles et sondages publiés par des groupes médiatiques (voir le chapitre sur les résultats). Si cette façon de faire pose une certaine incertitude, elle se justifie avec la diversité des auteurs du cadre théorique ayant abordé le sujet. La validité empirique de l'analyse de contenu est en effet défavorisée par rapport aux autres instruments des sciences sociales dans la mesure où les conclusions portent sur des événements parfois difficiles à saisir dans leur totalité (Grawitz, 2001 : 630). Nous croyons toutefois détenir suffisamment d'éléments d'information précis et objectifs pour en arriver au but ici recherché :

« Au stade de la simple description, elle [l'analyse de contenu] propose une mesure plus exacte de ce que l'on percevait globalement et intuitivement. Enfin, elle rend compte de différences jusqu'alors inaperçues. Les comparaisons, les évolutions forment le domaine de prédilection de l'analyse de contenu. Lorsqu'elles sont suffisamment précisées, elles permettent de dépasser la description et de viser le but de toute recherche scientifique : la découverte d'explications et de relations (Grawitz, 2001 : 631). »

Quant à la seconde partie de la problématique, qui consiste à évaluer ce que peuvent nous dire les caractéristiques de la médiatisation des sondages sur le résultat du vote, il suffisait de reprendre ce terrain – en mettant en

évidence des enseignements présentés dans le cadre théorique – afin de voir dans quelle mesure celui-ci nous conduit vers des pistes de compréhension sur l'issue de l'élection (voir chapitre sur la discussion).

3.3 Le déroulement

Premièrement, nous avons répertorié tous les articles écrits pendant la campagne électorale, c'est-à-dire du 26 mars au 23 avril 2012, parmi trois grands médias présents en Alberta : *The Globe and Mail* (CTVglobemedia), *l'Edmonton Journal* (Postmedia) et le *Calgary Sun* (Sun News). Nous avons choisi ces trois médias, car nous jugeons qu'ils adoptent des critères bien distincts nous permettant, du même coup, de couvrir la campagne électorale sous toutes ses formes. Le quotidien *The Globe and Mail* propose pour sa part des analyses rigoureuses avec un angle national. Le quotidien *Edmonton Journal* présente des angles très provinciaux, neutres et attachés à l'histoire albertaine. Le quotidien *Calgary Sun*, quant à lui, ne cache pas ses intentions populistes et son approche résolument à droite. Les articles du *Globe and Mail* et du *Edmonton Journal* ont été retrouvés grâce à l'outil de recherche *Eureka.cc*. Quant à ceux du *Calgary Sun*, nous avons utilisé le moteur de recherche du site Web du quotidien disponible au www.calgarysun.com.

Deuxièmement, il s'agissait de construire une chronologie très précise des événements à partir des textes des trois médias identifiés. La chronologie des événements illustre précisément les éléments importants qui ont attiré l'attention pendant les 28 jours de la campagne électorale, du 26 mars au 22 avril 2012, le scrutin ayant eu lieu le 23 avril. Grâce à un tel compte-rendu chronologique, nous avons pu observer entre autres comment la perte de contrôle de l'agenda politique par le Wildrose a renversé sa campagne.

Troisièmement, nous avons établi une liste des sondages parus au cours des quatre semaines de la campagne électorale. Nous avons répertorié vingt-cinq enquêtes d'opinion sur les intentions de vote réalisées pendant cette période par les firmes suivantes : *Abacus Data*, *Think HQ*, *Ipsos Reid*, *Léger Marketing*, *Forum Research*, *Campaign Research* et *Return on Insight*. L'ensemble des informations relatives à ces sondages – date de publication, firme, résultats, nombre d'indécis, échantillon, période d'enquête, marges d'erreur et méthode – ont été présentées dans un tableau. La plupart des résultats des sondages ont également été projetés sur des graphiques – par firme de sondages – afin d'illustrer une tendance générale des ceux-ci jusqu'au scrutin. Certaines firmes ont été mises de côté, faute de résultats suffisants pour dégager une telle tendance. Si ces sondages reflètent différents changements de tendance, c'est-à-dire des gains pour le Wildrose suivi d'une légère baisse en fin de campagne, ils n'ont pas du tout été représentatifs du résultat officiel le jour J.

Quatrièmement, quant à la détermination de la façon dont les sondages ont été médiatisés, nous avons effectué un véritable travail d'examen où il nous a fallu étudier rigoureusement les messages véhiculés par les médias afin de déterminer des unités de sens (Bonneville et al., 2006 : 193), que ce soit dans les titres ou les contenus des articles et éditoriaux : mots-clés, phrases-clés, références aux sondages, présentations de ceux-ci, etc. Ces données ont été regroupées dans un tableau jour par jour pour chacun des trois médias identifiés plus haut et accompagnées d'informations quant à la nature de ce qu'elles représentent : auteur, article de nouvelle ou éditorial, titre, chapeau et phrases-clés et détails techniques dans les textes relativement aux sondages. Nous avons également identifié dans ce même tableau des mots-clés évocateurs par leur référence aux sondages par une barre de soulignement. Afin de faciliter la réflexion lors de la discussion, chaque article

est suivi de commentaires analytiques. Cette étape constitue la pierre d'assise de notre travail de recherche. Pour alléger la tâche, notons que nous avons seulement retenu les articles ayant été publiés lors des cinq premiers jours de la campagne électorale, soit du 26 au 30 mars 2012, et lors des onze derniers jours de cette même campagne, soit du 13 au 23 avril 2012 – ce qui inclut le jour du vote. Ajoutons également que seuls les articles de contenu ou de nouvelles et les éditoriaux sur les grands enjeux de la campagne ont été retenus, ce qui exclut les brèves, les articles sur des événements locaux et les textes d'opinion du public. Ainsi, 139 articles et éditoriaux ont été scrupuleusement analysés pour les besoins de ce travail de recherche. Les détails relatifs à la médiatisation des sondages sont présentés dans un court texte dans le chapitre sur les résultats, après ceux correspondants à la chronologie des événements et aux sondages réalisés pendant l'élection. C'est ainsi que nous avons constitué notre matériel empirique.

Cinquièmement, il s'agissait d'établir, sous la forme d'un texte narratif présenté dans le chapitre sur la discussion, une analyse comparée des événements, du contenu des sondages et de leur médiatisation dans le but d'en faire ressortir les caractéristiques des articulations entre les médias et les sondages. Nous sommes ainsi parvenus à dresser un portrait global et complet de la situation afin de jeter les bases d'une analyse du contenu des sondages et de leur médiatisation. Dans l'objectif final d'interprétation que nécessite l'analyse de contenu, nous vous suggérons une signification globale au-delà des données (Zagre, 2013 : 106). Avec les enseignements évoqués dans la littérature et l'analyse de contenu, nous vous proposons des éléments de compréhension à ce vote très différent des résultats des sondages annoncés pendant la campagne électorale.

3.4 Conclusion

Nous croyons fermement que la méthode élaborée dans les dernières lignes nous a permis de produire cette analyse finale visant à répondre à la problématique soulevée dans ce travail de recherche. Bien qu'une analyse de contenu qualitative pose certaines limites, la méthode nous semblait la plus efficace pour parvenir à nos fins dans le contexte présent.

CHAPITRE IV

RÉSULTATS

4.1 Introduction

Cette étude de cas nécessite une vue d'ensemble très précise de la campagne électorale albertaine de 2012. En effet, comme cela s'est souvent vu quelques semaines précédant un scrutin, un seul incident de parcours peut faire basculer les prévisions. Nous vous présentons donc, ci-dessous, une chronologie des événements illustrant les éléments importants qui ont attiré l'attention pendant les trente jours de la campagne électorale. Il devient ainsi possible d'observer combien le Wildrose a perdu le contrôle de l'agenda politique en fin de campagne. Cette chronologie est suivie d'une liste de tous les sondages parus au cours des quatre semaines de la période électorale. Après quoi, nous avons effectué ce travail d'examen quant à la façon dont les sondages ont été médiatisés.

4.2 Chronologie des événements

Le lundi 26 mars 2012

La première ministre de l'Alberta, Alison Redford, se rendait au bureau du lieutenant-gouverneur, Donald S. Ethell, à Edmonton afin de déclencher les élections. Le scrutin allait avoir lieu le 23 avril. Dès les premiers discours, le Parti progressiste-conservateur d'Alison Redford se montrait plus prudent avant d'adopter un ton trop négatif envers ses adversaires, se limitant à prévenir les citoyens des compressions qui allaient suivre avec le Wildrose au

pouvoir (Walton et Wingrove, 27 mars 2012). Le même jour, le parti rappelait toutefois des citations d'un éditorial de 2003 du *Calgary Herald*, dans lequel la chef du Wildrose, Danielle Smith, faisait valoir les bienfaits de la légalisation de la prostitution (Henton, 27 mars 2012). Le Wildrose, lui, attaquait déjà sans relâche Alison Redford directement, la qualifiant de libérale et dépensière (Walton et Wingrove, 27 mars 2012).

Le mardi 27 mars 2012

Alison Redford plaidait pour une stratégie canadienne énergétique. Sa rivale promettait pour sa part d'augmenter le Fonds du patrimoine à 200 milliards de dollars d'ici les vingt prochaines années, et de réduire les dépenses, notamment dans les investissements pour la capture et le stockage de carbone, dans un fonds vert pour le transport en commun et dans la construction de nouveaux bureaux de députés et d'un musée à Edmonton (Kleiss, 28 mars 2012). Alison Redford avait accusé Danielle Smith d'être irresponsable. Danielle Smith mettait également de l'avant qu'Alison Redford souhaitait changer l'Alberta et qu'elle n'aimait pas la province : « I don't think Alberta has changed and I don't think it needs to be changed », avait-elle dit (Wingrove, 28 mars 2012).

Le mercredi 28 mars 2012

Danielle Smith en remettait à nouveau quant à la vision présumée négative de son adversaire de l'Alberta : « I think Ms. Redford doesn't like Alberta all that much. She doesn't like who we are. She doesn't like our character. She wants to change it. I think that's the question that people are going to have to ask in the next election. (Henton, 29 mars 2012). » Ce que à quoi la principale intéressée avait répondu que cette affirmation était ridicule, qu'elle aimait au contraire l'Alberta, que c'était le meilleur endroit où rester et qu'elle voulait améliorer le sort de la province. Le même jour, Alison Redford

s'engageait également à investir trois milliards de dollars dans la recherche énergétique d'ici les vingt prochaines années (Henton, 29 mars 2012).

Le jeudi 29 mars 2012

Divers événements importants avaient marqué cette journée. Le Wildrose faisait encore pression pour qu'il y ait la tenue d'une enquête publique sur l'intimidation de médecins dans la province et promettait un programme de crédits d'impôt pour les enfants (Henton, 30 mars 2012). Le Parti progressiste-conservateur exigeait de son côté que tous ses députés concernés par un comité qui n'a jamais siégé de 2008 à 2012 remboursent la totalité du salaire qu'ils avaient obtenu pour prendre part au dit comité. Les révélations à ce sujet avaient scandalisé la population albertaine quelques semaines plutôt. « We got spanked pretty hard on this MLA compensation », avait alors admis le directeur de campagne des Progressistes-Conservateurs, Stephen Carter (Walton et Wingrove, 30 mars 2012).

Le vendredi 30 mars 2012

La charge du Wildrose à propos d'une loi contre l'alcool au volant adoptée par le gouvernement reprenait de plus belle. Cette loi impose des sanctions plus sévères à ceux qui conduisent avec un taux d'alcoolémie supérieur à .05, plutôt que .08. Le Wildrose était d'avis que cette loi brime les mauvaises personnes, ce qui avait une résonance certaine auprès de l'électorat aux valeurs libertaires (Mason, 31 mars 2012).

Le samedi 31 mars 2012

Une bénévole du Parti progressiste-conservateur tweetait que Danielle Smith n'était pas sincère au sujet de la jeunesse et des familles puisqu'elle n'a pas d'enfants. Par la suite, madame Smith avait dû faire connaître publiquement son infertilité. La bénévole, elle, avait été écartée (Mason, 1er avril 2012).

Cette nouvelle avait démontré en début de campagne combien cette élection était tendue.

Le dimanche, 1er avril 2012

Rien de significatif n'avait marqué ce jour de campagne électorale.

Le lundi 2 avril 2012

Danielle Smith faisait une promesse importante, populiste à souhait, celle de remettre un chèque-dividende de 300 dollars à tous les Albertains dès 2015, lorsque les surplus générés par les redevances pétrolières le permettraient (Klinkenberg, 3 avril 2012). En revanche, Alison Redford promettait 140 cliniques familiales de plus dans la province en trois ans (Wood, 3 avril 2012).

Le mercredi 4 avril 2012

Danielle Smith se faisait questionner par les journalistes sur la question des droits de conscience, tel le droit d'un médecin de refuser d'avorter une femme ou d'un commissaire de mariage de refuser de marier un couple homosexuel au nom de ses croyances. Dans la politique de 2011 du Parti Wildrose, il y était indiqué que le gouvernement devrait prendre acte à l'égard de cette cause. Madame Smith refusait de dire ce qu'elle croyait personnellement à ce sujet, indiquant que son parti était seulement d'avis qu'il devrait y avoir un mécanisme dans le système judiciaire pour équilibrer les droits de chacun lorsqu'ils sont confrontés (Thomson, 5 avril 2012). Alison Redford s'était dite apeurée par ces propos. La chef progressiste-conservatrice faisait de son côté la promesse de construire cinquante nouvelles écoles et d'en rénover soixante-dix en quatre ans et d'offrir un crédit d'impôt de 500 dollars aux aînés actifs (Wood, 5 avril 2012).

Le jeudi 5 avril 2012

Danielle Smith accusait Alison Redford de tenter de faire peur aux électeurs en faisant référence à la question des droits de conscience, qu'il s'agissait là d'une tactique libérale déjà vue pour démoniser un parti conservateur (Gerein, 6 avril 2012). Elle annonçait par ailleurs que son gouvernement paierait pour des procédures médicales en milieux privés si le système public ne répondait pas dans les temps prescrits, ce qui relançait alors un vieux débat (Gerein, 6 avril 2012). Alison Redford promettait pour sa part un crédit d'impôt de 500 dollars aux enseignants pour les dépenses venant de leurs poches (Wood, 6 avril 2012).

Le vendredi, 6 avril 2012

Danielle Smith devait se défendre de vouloir implanter un système à deux vitesses qui pousserait des médecins à aller vers le réseau privé plutôt que public et laissait entendre que le financement public de l'avortement pourrait être discuté à travers un référendum citoyen, mais insistait que le Wildrose n'allait pas conduire un projet de loi en chambre en la matière (Cryderman, Gerein et Gold, 7 avril 2012; Gerein, 7 avril 2012).

Le samedi, 7 avril 2012

Danielle Smith continuait d'être questionnée sur la question des droits de conscience et tentait de se défendre en mentionnant les scandales ayant frappé les Progressistes-Conservateurs dans les mois précédents (Gerein et Wood, 8 avril 2012). Alison Redford promettait pour sa part des crédits d'impôt pour les activités physiques chez les enfants si son gouvernement était réélu (Gerein et Wood, 8 avril 2012).

Le dimanche, 8 avril 2012

Rien de significatif n'avait marqué ce jour de campagne électorale.

Le lundi, 9 avril 2012

Alison Redford annonçait que les Albertains ruraux allaient obtenir davantage de bourses d'étude, d'accès à Internet et de médecins de famille (Kleiss, 10 avril 2012). Danielle Smith promettait quant à elle des référendums et de plus petits salaires pour les politiciens albertains (Cryderman, 10 avril 2012). Le Parti progressiste-conservateur et le Nouveau parti démocratique s'engageaient à ce qu'il n'y ait jamais de système à deux vitesses dans le milieu de la santé, contrairement au Wildrose (Wood, 10 avril 2012). Des analyses à la lumière des sondages faisaient de ce fait état de doutes quant au Wildrose, dont celle-ci : « Perhaps Albertans, initially enchanted by Danielle Smith's charisma, and the promise of new government, are having second thoughts, as they get a better look at Wildrose policies and policy contradictions (Henton, 10 avril 2012). »

Le mardi 10 avril 2012

Alison Redford faisait la promesse d'un investissement de 650 millions de dollars dans les collèges et universités à travers la province (Kleiss, 11 avril 2012).

Le mercredi 11 avril 2012

La Fédération canadienne des contribuables dévoilait que la totalité des promesses du Parti progressiste-conservateur s'élevaient à 3,3 milliards de dollars alors que celles du Wildrose atteignaient les 308 millions de dollars (Wood, 12 avril 2012). Alison Redford promettait le jour même un plan de dix ans pour mettre fin à la pauvreté (Kleiss, 12 avril 2012).

Le jeudi 12 avril 2012

Ce jour était celui du débat des chefs télévisé, un jour important de la campagne électorale.

Le vendredi 13 avril 2012

Les médias n'en avaient que pour le débat. De façon générale, les médias donnaient une mince victoire à Danielle Smith, qui s'était montrée calme, charmante et préparée. En revanche, Alison Redford avait paru intense et compétente (Staples, 13 avril 2012). Deux visions s'étaient opposées, celle de Danielle Smith, soit d'atteindre l'équilibre budgétaire à tout prix, et celle d'Alison Redford, soit d'investir dans les infrastructures pour assurer l'avenir de la province (*The Globe and Mail*, 13 avril 2012).

Le samedi 14 avril 2012

Danielle Smith se défendait d'une politique du Wildrose obligeant les candidats à l'investiture d'une circonscription pour le parti de remettre un mille dollars de bonne conduite (Cryderman et Klingbeil, 15 avril 2012). Les candidats ayant perdu l'investiture devaient attendre la fin de la campagne pour être remboursés et ils l'étaient à la condition qu'ils n'aient pas tenté de saboter la campagne du Wildrose. Le parti était ainsi accusé de museler ses candidats. Le chef néo-démocrate Brian Mason y voyait plutôt une façon de faire taire des candidats aux idées conservatrices controversées : « There are a lot of people there with some pretty outrageous and extreme views and she has to try to keep them quiet somehow (Cryderman et Klingbeil, 15 avril 2012). » Le même jour, l'ancien premier ministre albertain, Peter Lougheed, homme très respecté des Albertains, donnait dans un communiqué son appui aux Progressistes-Conservateurs d'Alison Redford (Wingrove, 15 avril 2012).

Le dimanche 15 avril 2012

Danielle Smith se rangeait derrière un candidat controversé. Allan Hunsperger, un pasteur dans la région d'Edmonton, avait écrit dans un blogue datant de juin 2011 que les homosexuels allaient souffrir pour l'éternité dans un lac de feu une fois mort. Il réagissait à une politique du

Conseil scolaire public d'Edmonton visant à protéger les jeunes homosexuels. Madame Smith répétait alors que son parti accueillait une vaste étendue de points de vue, même si ils ne reflétaient pas les positions du Wildrose (Wood, 16 avril 2012). La chef ajoutait aussi que ce n'était pas dans son intention de légiférer sur des questions morales controversées. Allan Hunsperger avait par la suite fait savoir sur son blogue qu'il soutenait l'égalité et condamnait toute forme d'intolérance (Wood, 16 avril 2012). Mais le mal était fait.

Le lundi 16 avril 2012

Lors d'un débat en ligne organisé par le *Calgary Herald* et l'*Edmonton Journal*, Danielle Smith écrivait au sujet des changements climatiques que la science ne l'avait pas convaincue de la théorie selon laquelle les activités humaines contribuent vraiment à ces changements (Tait et Wingrove, 17 avril 2012). Ce commentaire avait provoqué l'ire du chef libéral Raj Sherman. Face aux questions répétées des journalistes, Danielle Smith avait également dû défendre à nouveau le candidat Allan Hunsperger sur la base qu'il était hors de question de discriminer quiconque sur la base de ses idées religieuses. De cette façon, « Smith fails crucial test of leadership », faisait savoir en analyse une éditorialiste du *Edmonton Journal* (Simons, 17 avril 2012). Pour sa part, Alison Redford avait dû réfuter les allégations selon lesquelles elle ne respectait pas le legs de l'ancien premier ministre et chef de son parti, Ralph Klein (*National Post*, 16 avril 2012). Le même jour, madame Redford accusait Danielle Smith de vouloir bâtir des frontières autour de l'Alberta et de l'isoler en souhaitant créer une police provinciale pour remplacer la Gendarmerie royale du Canada tel qu'au Québec et en Ontario (Gerson, 16 avril 2012).

Le mardi 17 avril 2012

Signe que Danielle Smith devenait de plus en plus la cible des attaques, elle avait dû justifier sa position sur les changements climatiques. Une nouvelle controverse touchait au même moment le Wildrose. Pendant le weekend, le candidat Ron Leech avait déclaré sur les ondes d'une radio locale de Calgary qu'être blanc lui donnait un avantage sur les autres candidats, car la couleur de sa peau lui permettait de parler à tous les membres de sa communauté plutôt qu'à des membres d'une seule et unique communauté ethnique (Gerein, 18 avril 2012). Danielle Smith ne s'était pas dite préoccupée par ces propos, bien que le candidat s'était excusé faisant valoir qu'il s'était mal exprimé (Gerein, 18 avril 2012).

Le mercredi 18 avril 2012

Les maires des deux plus grandes villes de l'Alberta, Calgary et Edmonton, s'immisçaient dans la campagne électorale, indiquant que les remarques homophobes et racistes de candidats assombrissaient l'image de leur ville. Ils faisaient référence à Allan Hunsperger d'Edmonton et à Ron Leech de Calgary (Wingrove, 19 avril 2012). En cette même journée, la chef progressiste-conservatrice visitait une ferme de pommes de terre dans une communauté rurale pour apporter son appui à une agence agricole de 40 millions de dollars qui pouvait être abolie, selon elle, avec l'élection d'un gouvernement Wildrose (Henton, 19 avril 2012). Une vidéo virale sur les médias sociaux, intitulée « I Never Thought I'd Vote PC », connaissait en cette dernière semaine de campagne de plus en plus de popularité (Simons, 19 avril 2012). Ce sont des jeunes de moins de 30 ans qui avaient lancé cette vidéo dans l'espoir de bloquer l'ascension du Wildrose en suggérant aux jeunes de voter pour les Progressistes-Conservateurs même s'ils sont d'une autre allégeance politique. Ce genre de réactions – le vote stratégique – était de plus en plus abordé dans les médias au cours du dernier blitz de l'élection.

Dans les sondages, il était observé également que l'écart entre les deux principaux partis se rétrécissait au bénéfice des Progressistes-Conservateurs. Aux dires de la consultante en matière d'opinion publique, Janet Brown, tout pouvait alors basculer : « At this point, unexpected events can have a big impact and the get out-to-the-vote efforts of individual parties could have a big impact (Wood, 19 avril 2012). »

Le jeudi 19 avril 2012

Lors d'un forum organisé par le réseau *CBC* et enregistré devant public, les quatre chefs des principaux partis avaient dû répondre à des questions du public (Kleiss, 20 avril 2012). Danielle Smith avait été huée lorsqu'elle avait répondu à une question sur l'avortement et le mariage entre personnes du même sexe. Les trois autres chefs avaient répliqué qu'il était ridicule que cette question soit revenue sur la table en 2012. Sur la question des changements climatiques, même réaction. Danielle Smith avait soutenu qu'un gouvernement du Wildrose continuerait de suivre ce débat soutenant qu'il n'y avait pas encore de consensus en la matière. Elle avait été huée à nouveau. Sur les questions de santé, tous les candidats avaient appuyé le régime public, à l'exception de Danielle Smith suggérant que des cliniques privées pouvaient réduire les temps d'attente aux urgences et pour les chirurgies. Danielle Smith accusait pour sa part les Progressistes-Conservateurs d'avoir failli à leur tâche de défendre l'industrie pétrolière, notamment sur la question du pipeline Keystone XL. La chef du Wildrose promettait de son côté d'en faire davantage pour empêcher les groupes d'intérêt de retarder l'approbation des projets énergétiques. Le chef libéral Raj Sherman, tentant de sortir de l'éclipse médiatique, déplorait que les élections étaient menées par les truands du Parti progressiste-conservateur et les fanatiques du Parti Wildrose. Par ailleurs, Alison Redford, de son côté, se faisait questionner le même jour au sujet de l'envoyé spécial de l'Alberta à Hong Kong, Gary Mar.

Des sources indiquaient que Gary Mar avait été blanchi avant même le jour du débat des chefs dans une affaire de conflit d'intérêts (Henton, 20 avril 2012). Un Progressiste-Conservateur de longue date, Gary Mar s'était trouvé en conflit d'intérêts lors d'une campagne de financement pour le parti. Il avait été contraint de prendre un congé sans solde le temps que le commissaire à l'éthique mène une enquête ordonnée par la première ministre. Cette histoire avait entachée la réputation du Parti progressiste-conservateur. Madame Redford avait répondu qu'elle n'avait pas connaissance qu'il avait été exonéré.

Le vendredi 20 avril 2012

Danielle Smith réitérait son appui à ses deux candidats accusés d'homophobie et de racisme. Elle indiquait du même coup qu'un gouvernement Wildrose ne tolérerait pas toute forme de discrimination (Gerein, 2 avril 2012). Le même jour, une vidéo de Ron Leech lors d'un entretien avec *Jag Punjabi TV* était publiée sur *YouTube*; le candidat controversé y répétait les mêmes propos que ceux évoqués lors d'une entrevue dans une radio locale... que d'être blanc lui donnait un avantage sur les autres candidats issus de communautés ethniques (Gerein, 2 avril 2012). Alison Redford déclarait qu'elle pourrait travailler en chambre avec le Nouveau parti démocratique de l'Alberta et le Parti libéral de l'Alberta, mais qu'elle aurait de la difficulté avec le Wildrose. Les valeurs de son parti se heurtaient alors à celles du Wildrose. Madame Redford s'était dite préoccupée par la protection qui était conférée aux candidats ayant des propos discriminatoires; pour sa part, elles les auraient destitués (*CTV News*, 20 avril 2012). Le parti de Danielle Smith portait plainte quant à lui auprès d'*Elections Alberta* et la Gendarmerie royale du Canada concernant des appels automatisés qui incitaient les électeurs à voter contre le Wildrose

(Klinkenberg, 21 avril 2012). Les Progressistes-Conservateurs s'étaient dits faussement accusés dans cette affaire.

Les samedi et dimanche 21 et 22 avril 2012

Le dernier weekend en était un de bilan et de sprint final pour les candidats. Danielle Smith du Wildrose avait dû encore se défendre de conserver les deux candidats controversés dans ses rangs, en justifiant qu'ils étaient des Albertains ordinaires sans grande carrière politique et qu'ils avaient droit à l'erreur comme tout le monde (Gerein, 22 avril 2012). Alison Redford du Parti progressiste-conservateur avait dû se montrer rassurée malgré la campagne difficile pour elle (Henton et Klingbell, 22 avril 2012). Les deux chefs s'étaient principalement tournées vers Calgary pour le dernier jour de la campagne, là où la lutte était particulièrement serrée entre les deux partis. La métropole est reconnue pour être la terre des Progressistes-Conservateurs; vingt-cinq circonscriptions étaient en jeu (Seskus, 23 avril 2012; Tait et Wingrove, 23 avril 2012). Dans les médias, de nombreux sondeurs indiquaient que tout pouvait basculer d'un côté comme de l'autre lors du scrutin en raison des résultats très serrés obtenus dans les sondages et du nombre d'électeurs indécis (*Edmonton Journal*, 23 avril 2012).

Le lundi 23 avril 2012

Cette journée était celle du scrutin en Alberta.

4.3 Chronologie des sondages

Si les sondages reflètent un changement de tendance, ils n'ont pas du tout été représentatifs du résultat le jour du scrutin. Vous trouverez ci-dessous les vingt-cinq sondages répertoriés pendant la campagne électorale. Dans les

résultats de chaque sondage, notez que la première rangée ne tient pas compte des électeurs indécis et des non-répondants, alors que la seconde les comptabilise.

Tableau 4.1 : Sondages réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012

Date*	Firme /Médias	PPC	PW	PL	NPD	Autres	Indécis	Sans réponse	Nombre / Dates** / Méthode	Marge d'erreur
13/03	Abacus Data / Agence QMI et Sun News Network	34 %	29 %	18 %	14 %	5 %	X	X	947 (840) / 5-7 mars / Boîte vocale interactive	+/- 3,2 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D		
26/03	Think HQ / CTV News	36 %	33 %	13 %	13 %	5 %	X	X	1,320 / N/D / Internet	+/- 2,7 %
		26 %	24 %	9 %	10 %	1 %	23 %	X		
26/03	Ipsos Reid / Global News	38 %	38 %	11 %	12 %	2 %	X	X	890 / 20-25 mars / Internet	+/- 3,3 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	22 %	N/D		
27/03	Léger Marketing / Calgary Herald et Edmonton Journal	37,4 %	33,6 %	12 %	10,9 %	2,1 %	X	X	1,215 / 22-25 mars / Téléphone	+/- 2,8 %
		29,4 %	26,4 %	9,5 %	8,5 %	1,7 %	18,4 %	X		
27/03	Forum Research / Calgary Sun et Edmonton Sun	31 %	41 %	12 %	11 %	5 %	X	X	1,069 (1009) / 26 mars / Boîte vocale interactive	+/- 3,0 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D		
27/03	Campaign Research / N/D	30,3 %	39,6 %	13 %	11,6 %	5,5 %	X	X	627 / 26 mars / Boîte vocale interactive	+/- 3,7 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D		

Date*	Firme /Médias	PPC	PW	PL	NPD	Autres	Indécis	Sans réponse	Nombre / Dates** / Méthode	Marge d'erreur
30/03	Abacus Data / Sun News Network	28 %	41 %	16 %	12 %	3 %	X	X	1,036 (948) / 26-28 mars	+/- 3,1 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
03/04	Think HQ / CTV News	30 %	43 %	11 %	12 %	4 %	X	X	1,050 / 2-3 avril	+/- 3,0 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Internet	
03/04	Forum Research / N/D	29 %	43 %	13 %	10 %	6 %	X	X	1,788 (1689) / 2 avril	+/- 2,3 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
04/04	Léger Marketing / Calgary Herald et Edmonton Journal	33,9 %	41,3 %	9,5 %	11,7 %	2,2 %	X	X	986 / 2-4 avril	+/- 3,1 %
		24,7 %	30 %	6,9 %	8,5 %	2,6 %	21,6 %	5,6 %	/ Téléphone	
04/04	Campaign Research / N/D	28,4 %	45,5 %	11,3 %	10,2 %	4,6 %	X	X	640 / 3 avril	+/- 3,3 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
06/04	Abacus Data / Sun News Network	31 %	43 %	12 %	11 %	3 %	X	X	876 (795) / 2-4 avril	+/- 3,4 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
09/04	Léger Marketing / Calgary Herald et Edmonton Journal	34,2 %	35,5 %	12,5 %	13,2 %	4 %	X	X	902 / 5-8 avril	+/- 3,3 %
		26,2 %	27,1 %	9,6 %	10,1 %	3 %	19,7 %	3,9 %	/ Téléphone	
10/04	Think HQ / CTV News	29 %	43 %	12 %	13 %	3 %	X	X	1,223 / 9-10 avril	+/- 2,8 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Internet	
10/04	Forum Research / N/D	31 %	43 %	10 %	11 %	4 %	X	X	1915 (1781) / 9 avril	+/- 2,2 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	

Date*	Firme /Médias	PPC	PW	PL	NPD	Autres	Indécis	Sans réponse	Nombre / Dates** / Méthode	Marge d'erreur
12/04	Campaign Research / N/D	34,4 %	42,8 %	9,6 %	9,7 %	3,5 %	X	X	880 / 11 avril	+/- 3,2 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
12/04	Abacus Data / Sun News Network	29 %	46 %	10 %	12 %	2 %	X	X	900 (756) / 9-11 avril	+/- 3,3 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	13 %	N/D	/ Boîte vocale interactive	
16/04	Return On Insight / CBC	36 %	43 %	11 %	9 %	1 %	X	X	800 / 13-14 avril	+/- 3,5 %
		27 %	33 %	8 %	7 %	1 %	24 %	N/D	/ Téléphone	
17/04	Léger Marketing / Calgary Herald et Edmonton Journal	36 %	42 %	9 %	10 %	3,3 %	X	X	1,200 / 13-16 avril	+/- 2,8 %
		28,6 %	33 %	7,1 %	7,7 %	2,7 %	17,8 %	3 %	/ Téléphone	
17/04	Forum Research / N/D	33 %	40 %	10 %	12 %	4 %	X	X	1,703 (1639) / 16 avril	+/- 2,3 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
19/04	Think HQ / CTV News	33 %	41 %	11 %	11 %	4 %	X	X	1,425 / 17-18 avril	+/- 2,8 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Internet	
20/04	Campaign Research / N/D	34 %	41 %	11 %	11 %	3 %	X	X	N/D / 19 avril	N/D
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	
20/04	Abacus Data / Sun News Network	31 %	41 %	12 %	13 %	3 %	X	X	1,076 (985) / 18-19 avril	+/- 3,0 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	10 %	N/D	/ Boîte vocale interactive	
21/04	Forum Research / The Globe and Mail	32 %	41 %	10 %	13 %	4 %	X	X	2,010 (1950) / 21 avril	+/- 3,1 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	/ Boîte vocale interactive	

Date*	Firme /Médias	PPC	PW	PL	NPD	Autres	Indécis	Sans réponse	Nombre / Dates** / Méthode	Marge d'erreur
22/04	Forum Research / N/D	36 %	38 %	10 %	12 %	4 %	X	X	1,949 (1493) / 22 avril / Boîte vocale interactive	+/- 3,1 %
		N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D		
23/04	Résultats	44 %	34,3 %	9,9 %	9,8 %	2 %	N/D	N/D	N/D	N/D
PPC = Parti progressiste-conservateur PW = Parti Wildrose PL = Parti libéral de l'Alberta NPD = Nouveau parti démocratique de l'Alberta * = Date de publication ** = Dates du sondage N/D = Non disponible X = Électeurs indécis ou sans réponse non comptabilisés dans les résultats () = Électeurs décidés										

Ci-dessous, il devient possible d'observer à l'aide de graphiques les variations dans les résultats des firmes de sondages ayant réalisé plusieurs enquêtes d'opinion.

Figure 4.1 : Tendances des sondages d'*Abacus Data* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012

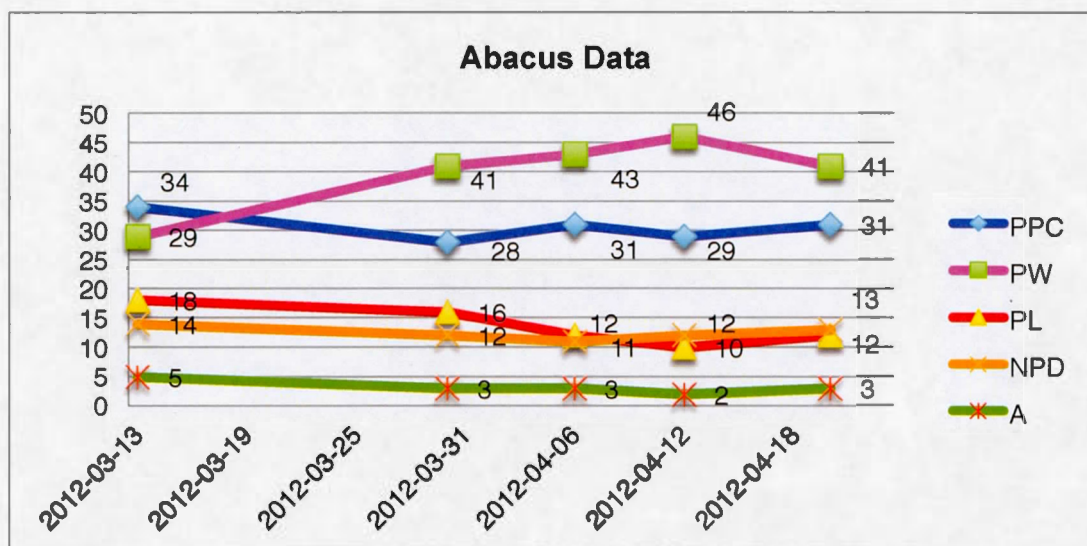


Figure 4.2 : Tendances des sondages de *Forum Research* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012

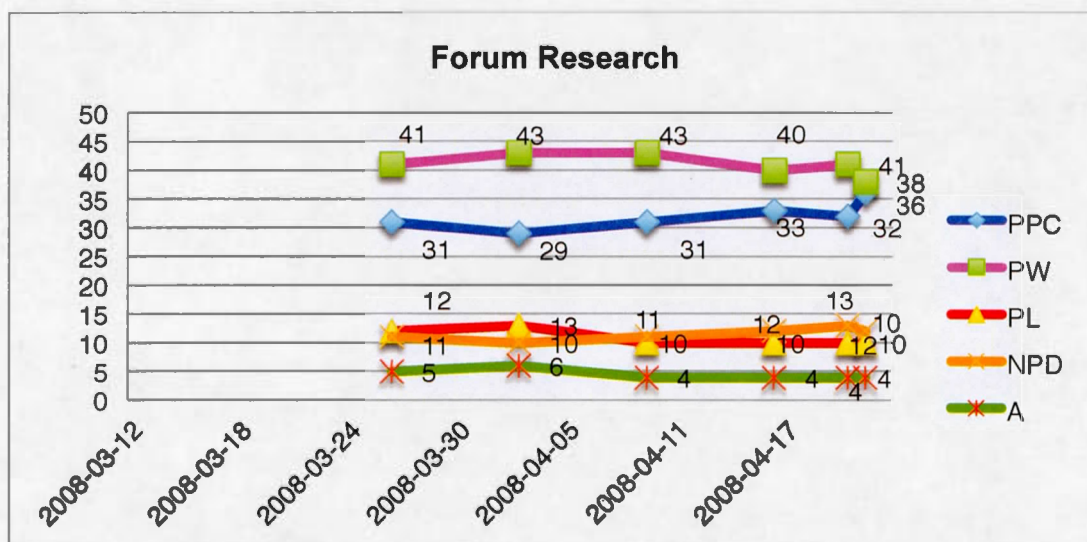


Figure 4.3 : Tendances des sondages de *Léger Marketing* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012

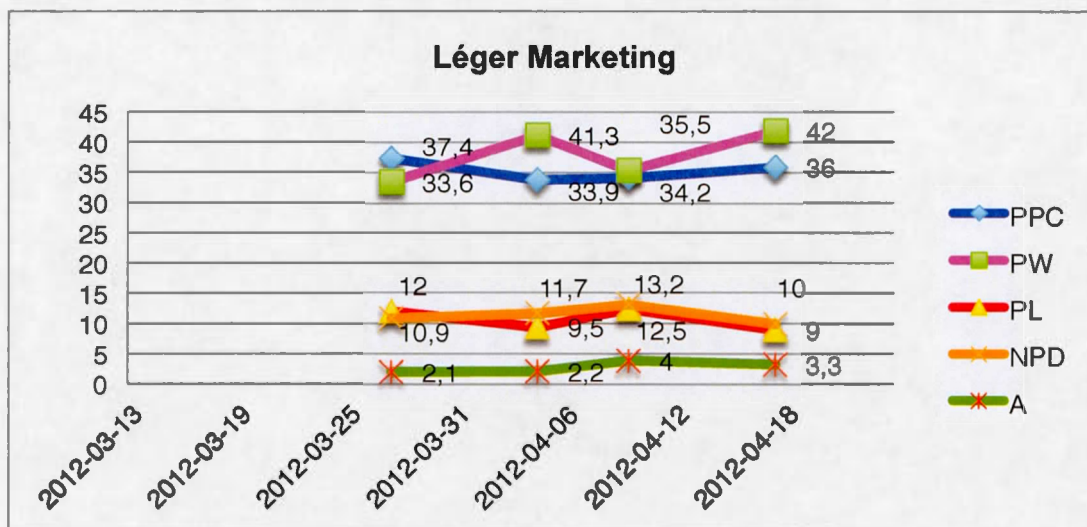


Figure 4.4 : Tendances des sondages de *Think HQ* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012

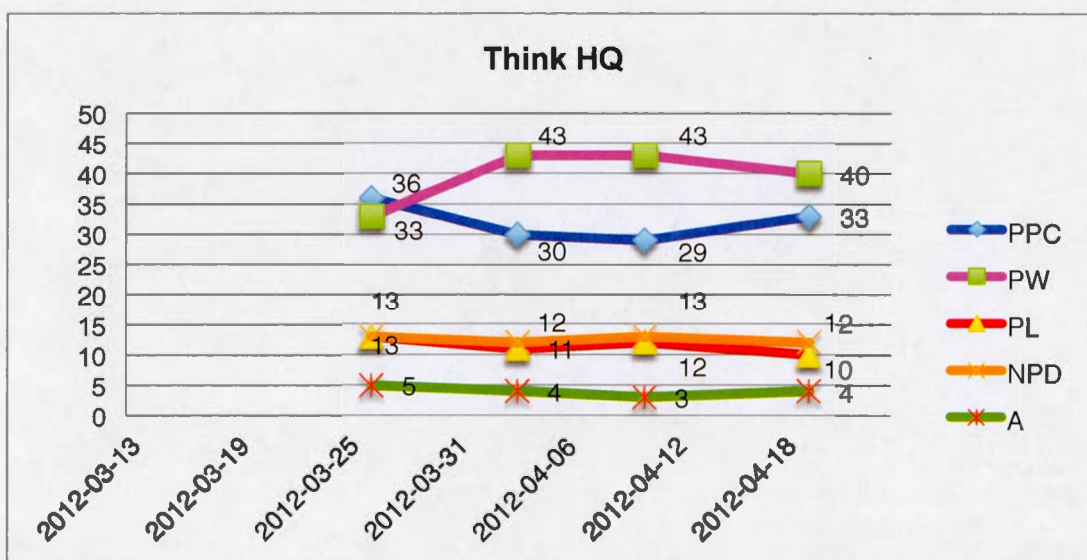
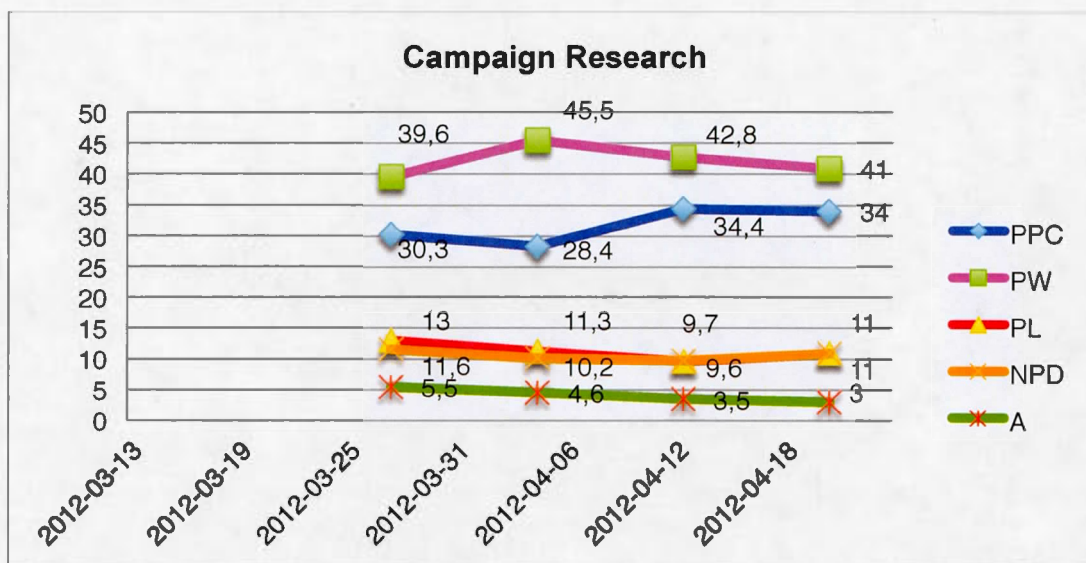


Figure 4.5 : Tendances des sondages de *Campaign Research* réalisés auprès d'Albertains pendant la campagne électorale provinciale de 2012



4.4 Médiatisation des sondages

Maintenant que nous avons déterminé la chronologie des événements et des sondages pour bien saisir l'histoire électorale et sondagière de cette campagne, il nous reste à identifier les caractéristiques des articulations entre les médias et les sondages. Pour ce faire, nous avons décortiqué tous les articles et éditoriaux d'importance du *Edmonton Journal*, du *Calgary Sun* et du *Globe and Mail* répertoriés pendant les périodes du 26 au 30 mars 2012 et du 13 au 23 avril 2012. Vous pouvez en annexe consulter l'ensemble des données recensées et les commentaires qui y sont associés.

Au total, 139 textes ont été analysés; 97 sont des articles de nouvelles alors que 42 sont des éditoriaux. Plus de la moitié des articles de nouvelles fait

référence aux sondages alors qu'un peu plus du tiers des éditoriaux abordent la question, que ce soit par des références directes sur l'explication ou l'analyse d'un sondage, ou des références indirectes sur la mention, par exemple, de l'avance d'un candidat par rapport aux autres.

Dans le tableau ci-dessous, vous constaterez le nombre de textes pour chacun des médias faisant référence aux sondages de même que les endroits où se trouvent ces références. Nous notons une prépondérance de ces références dans les chapeaux ainsi que dans le corps des textes. Les mots évoqués dans ceux-ci à la lumière des résultats dans les sondages sont parfois très forts de sens, tels que « dramatic drop », « front-runner », « strategic voting factor » et « poised to form Alberta's next government ». En fin de campagne, les références au vote stratégique sont d'ailleurs omniprésentes. Il est également possible de constater combien la proportion des textes donnant des détails sur les sondages et les contextualisant est faible par rapport au nombre de fois où il y a mentions directes ou indirectes des sondages. Parfois, bien qu'il y ait des détails, ceux-ci sont loin d'être complets pour permettre aux lecteurs de bien comprendre la nature des résultats.

Tableau 4.2 : Résultats de la médiatisation des sondages pendant la campagne électorale provinciale de 2012

	26 au 30 mars 2012	13 au 23 avril 2012	Total
ARTICLES DE NOUVELLES	22	75	97
Edmonton Journal	13	48	61
Calgary Sun	4	15	19
The Globe and Mail	5	12	17
Références aux sondages	12	41	53
Edmonton Journal	4	24	28
Calgary Sun	3	8	11
The Globe and Mail	5	9	14
Titres	8	9	17
Edmonton Journal	3	7	10
Calgary Sun	3	1	4
The Globe and Mail	2	1	3
Chapeaux	6	15	21
Edmonton Journal	3	10	13
Calgary Sun	3	2	5
The Globe and Mail	0	3	3
Phrases-clés	12	37	49
Edmonton Journal	5	21	26
Calgary Sun	3	8	11
The Globe and Mail	4	8	13
Mots-clés évocateurs	N/A	N/A	N/A
Edmonton Journal	the race be the closet virtual tie virtual dead heat intense battle dramatic drop big surge big drop unpredictable divide [...] grows sharper volatile election	credible polls dead heat support lags vote might collapse nick-in-neck tight personal popularity battle neck and neck their poll numbers have been buoyed as front-runner clear front-runner dramatically increased its share in tie gaining popularity dramatically increased her popularity has declined dead heat prospect of a Wildrose victory support plummeting Wildrose victory possible, but not yet definite a healthy majority tightness of the race strategic voting strategic voting factor significant possibility of a minority government poll numbers going down	N/A

		strategically vote crasing in opinion polls vote strategically front-runner in the race race tightening vote strategically lagging in polls strategic voting despite polls suggesting the likelihood front-runner in the race nothing is guaranteed	
Calgary Sun	Wildrose surges dramatically dwindled narrowing considerably would form a majority Alberta government next majority government continues wild rise continues to bloom	haven't dimmed Albertan's support widening its lead Smith and the Wildrose are still going strong neck and neck in the polls	N/A
The Globe and Mail	horse race horse race face serious challenge parties tied in polls some polls give [...] the edge neck-and-neck dead heat dead heat	collapse in voter support campaign freefall polling firm called a crushing majority collapsing poised to form Alberta's next government is widely thought on the verge of unseating plunge in polls neck-and-neck if the polls are to be believed, the premier-to-be as most (but not all) polls runaway poll strength of Wildrose heading to defeat at the hands of Wildrose	N/A
Détails sur les sondages	6	5	11
Edmonton Journal	3	4	7
Calgary Sun	3	1	4
The Globe and Mail	0	0	0
	26 au 30 mars 2012	13 au 23 avril 2012	Total
ÉDITORIAUX	9	33	42
Edmonton Journal	5	12	17
Calgary Sun	3	15	18
The Globe and Mail	1	6 (4 entre le 19 et 21 avril)	7
Références aux sondages	2	13	15
Edmonton Journal	1	7	8
Calgary Sun	1	5	6
The Globe and Mail	0	2	2
Titres	1	3	4
Edmonton Journal	0	3	3
Calgary Sun	1	0	1
The Globe and Mail	0	0	0
Chapeaux	1	4	5
Edmonton Journal	1	2	3

Calgary Sun	0	1	1
The Globe and Mail	0	1	1
Phrases-clés	2	13	15
Edmonton Journal	1	7	8
Calgary Sun	1	5	6
The Globe and Mail	0	2	2
Mots-clés évocateurs	N/A	N/A	N/A
Edmonton Journal	0	unpredictable unpredictable in a clear lead huge reversal to the point of being inevitable needs a big reversal high in the polls agrees change is in the air two parties leading horse race two-horse race every poll suggests	N/A
Calgary Sun	face serious challenge dead heat	15 points behind in the polls way out in front Calgary Liberas stampede to Tories Likely a majority Wildrose government vote strategically poll numbers tighten likely to be sent away riding high in polls	N/A
The Globe and Mail	0	is likely to be the next premier a more competitive election	N/A
Détails sur les sondages	1	0	1
Edmonton Journal	1	0	1
Calgary Sun	0	0	0
The Globe and Mail	0	0	0

Puisque notre recherche est fondée sur une méthode qualitative, laissant une certaine place à la subjectivité dans l'analyse, nous estimons que ces données, en chiffres, nous offrent tout de même une base objective afin de déterminer le sens que prennent les caractéristiques des articulations entre les médias et les sondages. Une part importante des résultats se trouve toutefois dans la façon qu'ont eu les journalistes et éditorialistes de traiter les sondages, que ce soit par l'angle et l'écriture de leurs textes. Les

commentaires accompagnant les textes analysés en annexe font état de ce traitement.

4.5 Conclusion

Nous détenons actuellement toutes les informations nécessaires sur les articulations entre les médias et les sondages pendant la campagne électorale albertaine de 2012. Vous découvrirez dans les prochaines lignes en quoi ces caractéristiques relatives à la médiatisation des sondages peuvent nous éclairer sur le résultat de l'élection.

CHAPITRE V

DISCUSSION

5.1 Introduction

Nous entamons maintenant une analyse en profondeur de l'ensemble des résultats recensés précédemment, c'est-à-dire les caractéristiques des relations entre les médias et les sondages. Nous avons réalisé un examen croisé de la chronologie des événements et des sondages et de leur médiatisation pour les deux périodes sur lesquelles nous nous sommes penchés : du 26 au 30 mars 2012 et du 13 au 23 avril 2012. Nous nous sommes principalement concentrés sur la dernière de ces périodes compte-tenu des changements importants qui y sont survenus, modifiant ainsi l'histoire de cette campagne électorale. Cette analyse a ensuite été mise en parallèle avec les différents apprentissages relatés dans la littérature, ce qui nous a permis de tirer des pistes de réponse quant à ce que peuvent nous dire les caractéristiques de la médiatisation des sondages sur l'issue du scrutin.

5.2 Analyse de la période du 26 au 30 mars 2012

Au début de la campagne électorale, la chronologie des événements illustre que, déjà, le ton monte entre les deux chefs rivaux Alison Redford du Parti progressiste-conservateur et Danielle Smith du Parti Wildrose. Cette dernière se montre très virulente dans ses commentaires au sujet de son adversaire,

l'attaquant sans relâche. Clairement, Danielle Smith parvient ainsi à dominer en terme de visibilité médiatique et à contrôler l'agenda.

Les sondages publiés dans les médias démontrent également que les deux principaux partis obtiennent des résultats très rapprochés. Deux sondages donnent une légère avance aux Progressistes-Conservateurs, deux autres placent le Wildrose bon premier avec dix points de pourcentage de plus alors que l'un d'eux place les deux partis au coude-à-coude. Un électeur sur cinq, selon les données disponibles, est indécis; les marges d'erreur oscillent entre +/- 2,7 % et +/- 3,7 %, ce qui n'est pas négligeable.

La combinaison d'échanges acerbes rapportés dans les médias et de l'intérêt que suscitent les sondages par leurs résultats serrés mène d'entrée de jeu au phénomène du *horse race*. Dès le 27 mars, un article du *Globe and Mail* y fait d'ailleurs référence : « [...] and the focus will be a horse race between its two conservative parties (Dawn et Wingrove, 27 mars 2012). » En effet, avec Danielle Smith et son parti qui gagnent en popularité selon les sondages, la chef reçoit énormément d'attention médiatique en devenant la première véritable candidature à menacer le Parti progressiste-conservateur en plus de quarante ans. Signe que les sondages prennent ainsi beaucoup d'importance dans les médias pendant la campagne, plus de la moitié des articles de nouvelles font référence d'une façon ou d'une autre aux sondages, dont plus du tiers dans les titres. Les éditoriaux font cependant bien moins référence aux sondages pour cette période.

La mention des détails techniques relativement aux sondages n'obtient pas la même rigueur selon les médias. L'*Edmonton Journal* fait référence aux sondages dans la moitié de ses dix-huit textes pendant cette période, mais n'a que trois articles abordant en profondeur et avec détails les sondages.

Dans ces articles, le quotidien donne aux lecteurs l'ensemble des détails nécessaires en vertu de l'*Alberta Election Act* et va même plus loin en indiquant la méthodologie utilisée. Le *Calgary Sun*, qui a publié en détail les résultats de trois sondages, fait abstraction du libellé des questions alors que le *Globe and Mail* ne fait que reprendre les sondages publiés dans d'autres médias sans jamais faire mention des détails techniques.

Malgré la présence de ces détails, nous notons qu'ils ne sont pas contextualisés et expliqués. Leur présentation semble davantage relever de l'obligation en vertu de l'*Alberta Election Act* que de la réelle intention d'informer. En fait, sur l'ensemble des textes faisant référence aux sondages, seulement la moitié fait la mention dans une plus ou moins grande mesure de détails techniques. Soulignons que l'*Alberta Election Act* oblige la présence de ces détails seulement dans la période de vingt-quatre heures suivant la publication du sondage; il n'y a ensuite aucune restriction en la matière. Également, à quelques rares exceptions seulement, les textes explorent le taux d'indécis – jamais des non-répondants – ainsi que la signification de la marge d'erreur.

Les mots pour évoquer les résultats des sondages ont parfois une forte connotation, notamment dans le *Calgary Sun*, en ce qu'ils moussent cette idée d'une course très serrée dans les sondages : « virtual dead heat », « intense battle », « neck-and-neck », etc. Le *Calgary Sun* va jusqu'à évoquer que le Wildrose pourrait former une majorité à l'Assemblée législative si les élections étaient tenues le jour de la publication du sondage. Très souvent, ces mots forts de sens se trouvent dans les titres et chapeaux des textes, ce qui attire et ce que lit d'abord le lecteur. Dans le corps des textes, si certains sont relativement équilibrés par l'approche des journalistes, nous observons combien les analyses et commentaires des sondeurs cités relèvent de l'ordre

du subjectif et encourage nettement cette notion de course de chevaux. À cet égard, l'emphase est fréquemment mise sur la chute du Parti progressiste-conservateur au bénéfice du Parti Wildrose.

Le début de cette période électorale est ainsi marqué dans les trois médias par une forte présence de références aux sondages insistant sur les deux candidates les plus populaires, Alison Redford et Danielle Smith. Si les médias font mention des autres candidats, ils sont rapidement évacués dans les analyses des sondages.

5.3 Analyse de la période du 13 au 23 avril 2012

Les derniers dix jours de la campagne électorale se tiennent au lendemain du débat des chefs. À ce moment, selon les sondages, le Wildrose connaît un sommet dans les intentions de vote – au-delà des 40 % – avec un écart parfois supérieur d'une dizaine de points de pourcentage de plus face aux Progressistes-Conservateurs. Les Libéraux et Néo-Démocrates pour leur part obtiennent des résultats relativement stables entre 9 % et 10 % des intentions de vote.

Avec cette avance, Danielle Smith parvient de la sorte à toujours jouir d'une importante attention médiatique. Jusqu'ici, le Wildrose fait bonne figure dans les médias, comme en font foi les chronologies des événements et des sondages, à l'exception de quelques critiques des partis adverses sur les mœurs et politiques de son parti.

Pendant le dernier blitz par contre, la tendance se renverse. Les médias n'en ont que pour les controverses suscitées par des candidats de son parti et

elle-même. Le tout commence le dimanche 15 avril, à une semaine du scrutin, alors qu'il est dévoilé que le candidat Allan Hunsperger a déjà tenu des propos sévèrement homophobes. Danielle Smith refuse de le condamner et de l'expulser du parti; elle devra se justifier jusqu'à la fin de la campagne. Chaque jour qui suit est celui d'une nouvelle controverse jusqu'au vendredi 20 avril : Danielle Smith remettant en cause les changements climatiques et défendant un candidat ayant tenu des propos racistes, les critiques des maires de Calgary et d'Edmonton, la publication d'une vidéo devenue virale invitant les citoyens à voter stratégiquement, le débat public où madame Smith est huée, etc. Le scrutin se tient le lundi suivant. Ces événements ont été largement médiatisés et commentés dans la dernière semaine de campagne.

Si les sondeurs ne peuvent pas mesurer dans les délais les conséquences profondes de cette multiplication des controverses entre les 15 et 20 avril, une légère tendance à la baisse pour le Wildrose s'observe cependant dans les résultats recensés plus haut et les graphiques les accompagnant. Les électeurs indécis, d'après quelques sondeurs, demeurent toujours nombreux et les marges d'erreur supérieures à 3 % pour la plupart. Les médias n'en ont alors que pour les sondages et les controverses du Wildrose.

La médiatisation de ces sondages conjuguée aux différents événements mérite donc toute notre attention. Sur 108 articles de nouvelles et éditoriaux publiés entre les 13 et 23 avril, 74 ont des références aux sondages, soit plus des deux tiers. Le phénomène du *horse race* est alors à son paroxysme. Cette fois-ci, ces références sont moins dans les titres et chapeaux que dans les corps des textes par des phrases-clés et des mots évocateurs. Ces mots prennent un sens encore plus fort en cette fin de campagne et les journalistes n'hésitent pas à y recourir : « clear front runner » [au sujet de Danielle Smith],

« crashing in opinion polls » et « campaign freefall » [au sujet d'Alison Redford], « unpredictable », etc.

Si 74 des textes durant cette période font référence à des sondages, seulement cinq en soulignent les détails techniques. Aucun éditorial n'en fait d'ailleurs mention. Encore une fois, seulement l'*Edmonton Journal* et le *Calgary Sun* abordent ces détails, le second quotidien faisant fi du libellé des questions. Ces détails sont par ailleurs seulement présents dans les articles dont le sujet principal est le sondage en soi.

Pourtant, en plus de mettre de côté ces informations, les journalistes et éditorialistes semblent tenir pour acquis l'avance, voire la victoire, du Wildrose. Or, comme le dit le dicton, le diable est dans les détails. Prenons par exemple le sondage du 17 avril 2012 de *Léger Marketing*, publié dans le *Calgary Herald* et l'*Edmonton Journal*. Si nous prenons les résultats incluant les indécis et les non-répondants, soit respectivement 17,8 % et 3 % des électeurs sondés, l'avance du Wildrose s'établit à 33 %, contre 28,6 % pour les Progressistes-Conservateurs. En prenant en compte cette marge d'erreur de +/- 2,8 %, le Wildrose semble bien moins avoir le vent dans les voiles comme le laissent entendre les médias lorsqu'ils récupèrent les résultats sans les indécis et les non-répondants, ce qui place les troupes de Danielle Smith en tête à 42 % des intentions de vote contre 36 % pour celles d'Alison Redford.

Regardons plus en profondeur la façon dont les sondages ont été médiatisés pendant cette fin de campagne. La grande majorité des articles font référence aux sondages de façon générale, mentionnant les avances ou les reculs des candidats sans grande précision. Il ne s'agit parfois que de quelques mots dans les titres, chapeaux ou corps du texte. Certains journalistes ou

éditorialistes vont même jusqu'à parler d'une victoire quasi inévitable du Wildrose en se basant sur la plupart des sondages. Ces derniers ne proposent toutefois aucune démonstration crédible pour appuyer leurs dires, comme si l'avance du Wildrose était prise pour acquis et les sondages incontestables. L'éditorial écrit par Michael Den Tandt du *Edmonton Journal* le 16 avril 2012 est un exemple frappant de cette façon faire (voir annexe, texte 59). En voici le chapeau : « If in a week Wildrose Leader Danielle Smith becomes premier of Alberta, many will call it a stunning upset. But in fact it won't be stunning at all. Smith's ascent has been predictable, to the point of being inevitable (Den Tandt, 16 avril 2012). »

Les quotidiens présentent également des textes où certains auteurs, par souci de prudence, font état d'une course serrée et volatile, dont l'issue est incertaine à la lumière des sondages. D'autres auteurs des mêmes quotidiens mettent en revanche l'accent sur les gains de Danielle Smith dans les enquêtes d'opinion ou les pertes pour Alison Redford, ce qui peut en somme fausser les impressions.

Des articles ou éditoriaux portent à l'occasion des titres et chapeaux très évocateurs, sans nuance, quant à l'embellie du Wildrose dans les sondages. Le corps des textes présente en retour une analyse beaucoup plus équilibrée, avec un portrait plus juste de la situation. L'article de Karen Kleiss du *Edmonton Journal* datant du 18 avril 2012 illustre bien cette tendance (voir annexe, texte 78). La question qui se pose cependant : que retiennent les lecteurs qui parcourent rapidement les journaux ?

Nous remarquons en outre nombre de textes évoquant la notion de vote stratégique pendant les derniers jours de la période électorale, c'est-à-dire que des partisans du Parti libéral ou du Nouveau parti démocratique soient

tentés de voter pour le Parti progressiste-conservateur afin de prévenir une victoire du Wildrose. Même les chefs des partis libéral et néo-démocrate en viennent à intervenir dans les médias pour demander aux électeurs de voter en faveur des candidats qui représentent le mieux leurs valeurs, non stratégiquement. L'article de Trish Audette et Sheila Pratt du *Edmonton Journal* du 20 avril 2012 fait état de ces interventions (voir annexe, article 101) : « The strategic voting factor is looming so large in so many minds it seems to have spooked opposition leaders, who have much to lose if their voters abandon them for the Conservatives (Audette et Pratt, 20 avril 2012). » À ce stade-ci, force est de constater que la médiatisation des sondages conduit journalistes, éditorialistes, analystes, sondeurs, politiciens et simples citoyens à discuter de ces mêmes sondages et à alimenter les répercussions de leur médiatisation, que ce soit sur les intentions de vote ou les sondages eux-mêmes. L'éditorial de Paula Simons du *Edmonton Journal* du 19 avril 2012 relate le récit de jeunes ayant créé une vidéo devenue virale dans laquelle ils invitent les électeurs à voter stratégiquement (voir annexe, article 90).

La recension des articles et éditoriaux dans les derniers jours avant la tenue du scrutin démontre de façon fort éloquente combien les enjeux sont évacués au profit de la commotion que posent les résultats dans les sondages. La destitution du Parti progressiste-conservateur après plus de quarante ans de règne semble sur le point d'avoir lieu. Toutefois, certaines voix s'élèvent quant à la prudence qui s'impose alors que les sondages n'ont pas encore mesuré les impacts des controverses du Wildrose. Les articles 92 et 98 en annexe abordent cette question.

La médiatisation des sondages est enfin réalisée de façon bien différente dans les trois médias. L'*Edmonton Journal* est à la fois prudent et imprudent,

selon les journalistes et éditorialistes; certains textes font preuve d'un bel équilibre et d'un souci des détails alors que d'autres brillent par leur absence de nuances. Le *Calgary Sun* adopte par ses éditorialistes un ton résolument en faveur du Wildrose lorsqu'ils abordent les sondages. Les journalistes du quotidien présentent les sondages avec un discernement bien relatif en misant sur l'effet d'entraînement suscité par le Wildrose. Le *Globe and Mail* évoque vaguement dans chacun de ses articles, ou presque, l'embellie du Wildrose dans les sondages, sans donner de détails techniques.

5.4 Le dérapage

Dans la problématique, nous avons soulevé quelques facteurs hypothétiques afin d'illustrer comment la médiatisation des sondages a pu potentiellement jouer un rôle sur l'issue de l'élection. Au cours des lignes précédentes, nous avons dégagé en analyse de nombreuses caractéristiques sur les relations entre les médias et les sondages. Il en ressort que le rôle des médias, comme tel, est certainement le facteur qui a joué, somme toute, la plus grande fonction.

5.4.1 Le processus

Par leurs contenus, les trois médias étudiés ont entraîné dès les premiers jours de la campagne un véritable *horse race* en mettant l'accent sur la course entre Alison Redford et Danielle Smith à la lumière des résultats dans les sondages. Nous avons constaté que ces mêmes médias ont à la fois manqué de prudence en surinterprétant les résultats et en donnant l'impression d'une large avance au Wildrose par rapport aux autres partis. L'intérêt médiatique pour le Wildrose semble à son apogée quand les

controverses se succèdent dans le dernier droit de la campagne électorale. Les médias en sont ainsi venus à isoler deux éléments d'information, créant une clôture intellectuelle par rapport aux autres enjeux : les sondages surinterprétés par eux-mêmes et les controverses du Wildrose. Les électeurs s'informant par la voix des médias se sont donc retrouvés devant un nombre limité de renseignements pour faire un choix éclairé. Nous vous présentons ci-dessous le cheminement de ce processus découlant de la médiatisation des sondages.

Figure 5.1 : Processus découlant de la médiatisation des sondages pendant la campagne électorale albertaine de 2012



Nous sommes en effet d'avis que les sondages peuvent être une source d'information parmi d'autres pour permettre aux électeurs de faire leur choix le jour du scrutin. Le problème survient dans leur (sur)médiatisation et l'isolement qu'ils créent par rapport aux autres enjeux. C'est en ce sens que les sondages peuvent interférer de façon négative dans le processus électif comme ce fut le cas, selon nous, lors de l'élection albertaine de 2012.

5.4.2 Parallèle avec la littérature

Pendant l'élection, la médiatisation des sondages qui en entraîne d'autres et ainsi de suite, comme l'indiquait Stéphane Wahnich (2004), a créé un

véritable *horse race*. Au sein des médias, se sont exercés les effets d'*agenda-setting*, de *framing* et de *priming*, relatés par Anne-Marie Gingras (2003) et Isabelle Veyrat-Masson (2006), réduisant la campagne électorale – et les critères destinés au public – aux sondages et controverses du Wildrose.

Nous avons présenté de nombreux auteurs ayant fait état des conséquences que peuvent avoir les sondages sur le résultat d'une élection. Vincent Lemieux (1998) et Patrick Champagne (1995) ont notamment conclu que les sondages peuvent entraîner des déplacements de voix de quelques points de pourcentage pouvant faire une énorme différence lorsque deux partis se disputent la victoire. Dans le cas de l'élection albertaine, lorsque nous considérons la volatilité des enquêtes d'opinion, les marges d'erreur et le nombre élevé d'électeurs indécis, nous constatons que les médias auraient dû faire preuve de plus de prudence; dans le contexte, il en fallait peu pour inverser les tendances. Au contraire, les médias ont notamment fait fi du nombre élevé d'indécis, sinon à quelques exceptions dans le corps de leurs textes, et mousser la représentativité réelle des résultats des sondages. Ce phénomène a été souvent observé dans la littérature, notamment par Lionel Marquis (2005), Vincent Lemieux et François Pétry (2010).

Les électeurs n'ont pas eu un éclairage juste de la situation alors que le Wildrose bénéficiait seulement d'une faible avance dans certains sondages. Tel que rapporté par Anne-Marie Gingras (2009) ainsi qu'André Blais, Jean Crête et Guy Lachapelle (1986), de faibles avances peuvent dynamiser ou déprimer des électeurs et conduire nombre d'entre eux à attendre jusqu'à la toute fin de la campagne pour faire leur choix, ce qui peut donner une force inattendue à des événements tardifs.

Si la médiatisation des sondages a pu avoir des effets pendant cette campagne électorale, d'après ce qu'il est possible d'observer dans les résultats, nous pourrions considérer l'effet *bandwagon* d'une part et le vote stratégique d'autre part. Un engouement évident s'est fait sentir en faveur du Wildrose pendant la campagne électorale, ce qui a pu entraîner une certaine spirale d'intérêt à son égard tel que le démontrent les sondages dans une certaine mesure. La médiatisation des sondages semble toutefois avoir eu un plus grand impact par ricochet alors que les controverses du Wildrose lui ont fait perdre le contrôle de l'agenda et l'ont plongé en pleine crise. En effet, la question identitaire, abordée dans la problématique, a pu changer la donne électorale à la lumière de ces controverses. Rappelons qu'il y a fond résolument progressiste chez les Albertains et que la province a profondément changé au plan démographique avec l'arrivée massive de travailleurs provenant du Canada et de l'étranger. Face aux craintes que suscite le parti ultra-conservateur et en connaissance des résultats dans les sondages médiatisés, des partisans plus modérés choqués par les dérives, et des électeurs libéraux et néo-démocrates ont préféré voter pour le Parti progressiste-conservateur, moins radical, pour bloquer le Wildrose. Cette question, nous l'avons vu, a été largement abordée dans les médias pendant les derniers dix jours de la campagne électorale.

5.5 Conclusion

Impossible de savoir réellement dans quelle mesure le vote stratégique a pu influencer le résultat de l'élection. Le nombre d'indécis a été très significatif tout au long de la campagne; il s'agit là d'une masse critique d'électeurs qui ont pu faire toute la différence. Il semble toutefois clair que la médiatisation des sondages a mené à une course folle entre le Parti progressiste-

conservateur et le Wildrose et généré de nombreuses attentes quant aux possibilités du Wildrose de l'emporter. Pourtant, comment les médias pouvaient-ils soutenir une telle frénésie avec un nombre si élevé d'indécis ? Certes, plusieurs médias ont rapporté combien l'élection demeurerait volatile, mais ils n'ont pas suffisamment insisté sur l'ampleur du phénomène. Résultat : des électeurs ont pu, par exemple, être incités à tort à voter stratégiquement.

À elle seule, la médiatisation des sondages ne peut expliquer le résultat final de l'élection. Il a entre autres été question du poids de l'histoire dans la problématique qui peut avoir une force réelle dans le comportement des électeurs. La médiatisation nous permet toutefois de mieux saisir comment le renversement a pu paraître si spectaculaire alors qu'en réalité de nombreux indices auraient pu permettre aux électeurs d'obtenir un meilleur état des faits dans les médias. Le jour du scrutin, le 23 avril 2012, nous retenons donc que de nombreux électeurs albertains se sont prononcés en n'ayant guère un éclairage juste quant à la signification réelle des sondages d'une part et aux enjeux et projets des partis politiques – éclipsés par ces mêmes sondages – d'autre part.

CONCLUSION

Comme nous l'avons indiqué au départ, ce travail de recherche se trouvait davantage dans la détermination des caractéristiques de la médiatisation des sondages que dans la problématisation des façons de faire les sondages et de la fabrication de l'opinion publique. En effet, dans notre étude de cas, nous avons évacué les questions d'ordre méthodologique ou le caractère défaillant des sondages ainsi que les notions de marges de victoire ou de majorité silencieuse, car là n'était pas la nature de notre objectif. Nous voulions nous pencher plutôt sur le rôle des médias dans la diffusion des sondages.

À priori, l'influence des sondages peut sembler somme toute raisonnable, car les électeurs sont libres de penser et d'utiliser cette information pour exercer leur droit de vote. Quant à savoir s'ils ont la bonne information lorsque les sondages sont médiatisés, c'est-à-dire une information authentique, juste et équitable, pour bien en saisir leur sens et contexte, la réponse est non. De nombreuses études, comme en font foi les auteurs cités dans la problématique et le cadre théorique, en sont venus à cette conclusion. Nous l'avons à notre tour démontré.

Notre étude de cas présente certaines limites :

- Pour les besoins de la cause, nous avons dû restreindre notre terrain à trois médias écrits. Une analyse de la médiatisation des sondages par des réseaux radiophoniques ou télévisuels aurait d'autant plus été intéressante pour avoir une meilleure vue d'ensemble.
- Notre approche qualitative nous a fourni une grande marge de manœuvre pour interpréter les résultats. Nous sommes toutefois

conscients que le jugement du chercheur a pu influencer dans l'analyse des informations répertoriées.

- Comme l'a déjà révélé Isabelle Veyrat-Masson (2006), nous nous sommes heurtés à cette incapacité d'isoler les messages médiatiques des autres influences, ce qui nous a limité à ne faire ressortir que des pistes de réflexion sur ce que peuvent nous dire les caractéristiques de la médiatisation des sondages sur le résultat de l'élection.

La pertinence de notre travail de recherche réside dans sa contribution à un débat qui doit être sans cesse nourri, surtout dans le contexte où les médias traditionnels se transforment avec l'Internet et les réseaux sociaux numériques. Les médias sont appelés à travailler toujours plus rapidement au moment où les revenus et ressources manquent de plus en plus à l'appel. Même pour les sondeurs, le problème se pose alors, l'électorat paraissant plus complexe à sonder en raison notamment de certaines tranches de la population difficiles à joindre avec les téléphones mobiles.

Nous n'avons pas abordé cette question dans ce travail, mais les nouveaux médias jouent désormais un rôle prépondérant dans les campagnes électorales. Les médias sociaux numériques sont des terrains à la fois très puissants et souvent dépourvus de règles. Nous pensons ici à *Facebook*, à *Twitter*, à *YouTube* et aux blogs pour ne nommer que ceux-là. Lors de la campagne électorale albertaine, s'ils ne semblent pas avoir joué une fonction importante dans la diffusion des sondages, les nouveaux médias ont tout de même été à l'origine des différentes controverses qu'a connues le Wildrose : l'infertilité de Danielle Smith a été dévoilée sur *Twitter*, les déclarations homophobes d'Allan Hunsperger ont été retrouvées sur un blogue alors que les déclarations racistes de Ron Leech se sont retrouvées sur *YouTube*.

C'est sans parler de cette vidéo intitulée « I Never Thought I'd Vote PC » devenue virale sur *YouTube*, vidéo produite par des jeunes invitant les électeurs à voter stratégiquement en faveur des Progressistes-Conservateurs afin de bloquer le Wildrose.

Dans le cas de la médiatisation des sondages par ces nouveaux canaux de communication, la question suivante émerge : comment éviter les dérapages dans la diffusion des résultats des sondages, surtout lorsque le nombre de mots est souvent limité par les fonctionnalités de ces nouveaux outils ?

Nous estimons en définitive qu'un resserrement des règles relativement aux sondages dans les lois électorales s'impose dans ce contexte. Ce n'est pas tout de mentionner différents détails méthodologiques et techniques; il faut également les mettre en perspective afin de nuancer les résultats. Les lois actuelles obligent la diffusion de ces détails seulement dans les vingt-quatre heures suivant la diffusion du sondage, après quoi il n'est plus nécessaire d'y faire référence. Il s'agit là d'un problème bien réel car, nous l'avons bien vu, les journalistes et éditorialistes ont tendance à surinterpréter les résultats des sondages. Au Canada, la dernière refonte de la Loi électorale quant à la diffusion des sondages remonte à l'an 2000. Pourtant, les façons de faire dans les médias ont bien changé au cours des quinze dernières années. L'enjeu est de taille car, avec les nouveaux médias, la couverture médiatique traditionnelle n'est plus seule à façonner l'opinion publique.

ANNEXE A
MÉDIATISATION DES SONDAGES EN ALBERTA (2012)

Médiatisation des sondages en Alberta lors de la campagne électorale provinciale par trois grands quotidiens

Du 26 au 30 mars 2012 et du 13 au 23 avril 2012
Edmonton Journal, Calgary Sun et The Globe and Mail

1	26/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Graham Thomson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Vote will be a feisty battle: Albertans hit the polls April 23 in what should be tough election</p> <p>Page de référence : A1</p>	<p>Chapeau : After weeks of speculation, rumours and steadily mounting tension in the legislature, the worstkept secret in Alberta politics is about to be revealed. The provincial election campaign officially starts today.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
2	26/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Andrea Sands</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Candidates lace up for campaign trail</p> <p>Page de référence : A4</p>	<p>Chapeau : Alberta Party candidate Michael Walters has about 500 lawn signs ready to go out the door of his Edmonton-Rutherford campaign office. "We're ready. We're prepared for Monday," Walters said Sunday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
3	26/03	<p>Journal : Calgary Sun</p>	<p>Chapeau : Premier says MLA payback strong. That's why Premier Redford claims she only</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Fizzle before election sizzle</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>wants Tory MLAs to pay back a piddling \$5,000.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
4	26/03	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Bill Kauffman</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose surges at expense of ruling Conservatives</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Voter support for Alberta's governing Tories has <u>dramatically dwindled</u>, according to a new electoral poll.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - The QMI/Sun News-Abacus Data poll conducted last week shows the PC lead over their right wing Wildrose Party foes narrowing considerably, to a count of 34% against 29%. - The honeymoon is over for Alison Redford.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - The random poll is considered accurate within 3.2% percentage points, 19 times out of 20. - The canvass of 947 adult Albertans March 5-7 also shows definite lines of fortune diverging between Alberta's two largest cities, with the PCs dominating Edmonton by an almost two-to-one margin, while the two parties are in a virtual dead heat in Calgary.</p>	<p>Commentaires : - Article somme toute équilibré, emploi de mots forts pour évoquer la chute des Progressistes-Conservateurs. - Présentation des détails techniques et contexte assez élaboré.</p>
5	26/03	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Gary Mason</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : How Alberta votes will shape</p>	<p>Chapeau : That was evident in her very public slapdown of Ontario Premier Dalton McGuinty in February, after he mused about how Canada's "petro dollar" was hurting Canadian exporters. Ms. [Alison Redford] said the Ontario Premier's views were "simplistic" and that the oil sands were not just in the best interests of Alberta but the entire country.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		the country we live in Page de référence : A3	- N/A		
6	27/03	Journal : Edmonton Journal Auteur : Keith Gerein et Karen Kleiss Type : Article de nouvelle Titre : Redford fires first volley; Wildrose 'fear' tactics blamed for demise of new education bill Page de référence : A1	Chapeau : The race to govern Alberta will be the closest and most combative in decades, with all sides expecting fear mongering and "ugliness" in the run-up to the April 23 vote. Phrases-clés relativement aux sondages : - An Ipsos-Reid poll released late Monday by Global News showed the PCs and the Wildrose tied with 38 per cent of support among decided voters. The NDP are at 12 per cent, the Liberals at 11 per cent. Détails techniques relativement aux sondages : - The online poll questioned 890 Albertans between March 20 and March 25, and is considered accurate within 3.3 percentage points, 19 times out of 20. The margin of error is higher in the cities, where the sample size is smaller (au milieu de l'article).	Commentaires : - Intéressant de voir que la mention d'un sondage d'un autre média se fait avec tous les détails requis pour en avoir une bonne compréhension.	
7	27/03	Journal : Edmonton Journal Auteur : Karen Kleiss Type : Article de nouvelle Titre : Farmer's discontent greets Redford on rural stopover Page de référence : A4	Chapeau : Art McAllister was at the Tim Hortons in Innisfail on Monday, sitting at the table he always sits at, chatting with the friend he always chats with. It was busier than usual, though, because Conservative Leader Alison Redford was making a campaign stop there. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.	
8	27/03	Journal : Edmonton Journal	Chapeau : This campaign will be about health care and education and whether the Tories have been in power too long. It will also be about all the usual issues such as	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.	

		<p>Auteur : Graham Thomson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Redford redefines PC label; Campaign is all about Alberta's premier and defeating her party</p> <p>Page de référence : A10</p>	<p>government spending and political trust. But, most of all, this campaign will be about Alison Redford.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
9	27/03	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Bell: Tories face <u>serious</u> challenge</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Long-governing PCs finally facing real, live political battle. Two parties, Alison Redford's Progressive Conservatives and Danielle Smith's Wildrose conservatives, duke it out.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A poll rolls out Monday showing the Tories and Wildrose at 38% each, with undecideds and those who don't say what they'll do coming in third. - With these numbers, what was looking to be a tightening race of two has become a dead heat. - Apart from the poll, we've got talk of prostitution, and not the usual political kind, after a court ruling gives the green light to brothels.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence à un sondage sans en mentionner la source. - Emploi d'une expression forte à la lumière de résultats de ce sondage : « dead heat ». - Reconnaissance de l'importance que prennent les sondages dans cette campagne.</p>
10	27/03	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Walton Dawn et Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : In Alberta, an election, and a <u>horse race</u></p>	<p>Chapeau : "We're not looking to just win a couple of seats. We want to form government," Ms. [Danielle Smith] said at a Calgary campaign stop Monday. "We are a totally different party, and I think one that's in line with the common-sense, conservative values that most Albertans share."</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - [...] and the focus of what will be a <u>horse race</u> between its two conservative parties. - A Global News poll released Monday as the campaign began showed the parties tied at 38-per-cent support each, the first time since the early 1990s that the Tories have faced a serious challenge.</p>	<p>Commentaires : - Le titre relativement au <i>horse race</i> est assez éloquent de l'état de la campagne électorale. - Référence à un sondage d'un autre média sans plus de détails. - Référence au concept de <i>horse race</i>. - Emploi de : « Tories have faced a serious challenge ».</p>

		Page de référence : 154, A3	Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	
11	28/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Kelly Cryderman</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose, Tories in virtual tie; PCs hold strong lead in city, battles tight elsewhere, poll finds</p> <p>Page de référence : A1</p>	<p>Chapeau : A new poll shows a virtual dead heat between Alison Redford's PCs and Danielle Smith's Wildrose, with the governing Tories holding onto a formidable lead in Edmonton but locked in an intense battle inside Calgary and throughout the rest of the province.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voir chapeau ci-dessus. - The telephone poll of 1,215 Albertans, conducted in the four days leading up to the election call Monday, shows 37-per-cent support for the Tories among decided voters and 34 per cent for the Wildrose. Raj Sherman's Liberals sit at 12 per cent, while the NDP led by Brian Mason have garnered 11-per-cent support. Glenn Taylor's fledgling Alberta Party has about twoper-cent support. For the Conservatives, who have governed the province for the past 41 years, it's a dramatic drop from highs seen just two months ago, when Leger pegged provincewide support for the PCs at 53 per cent. At that time, just 16 per cent of Albertans said they would support Wildrose. - A Leger Marketing survey, commissioned by the Edmonton Journal and Calgary Herald, also shows almost 60 per cent of Albertans are "satisfied" with the Progressive Conservative government. However, half believe one of the opposition parties would do better than the Tories at managing the province - particularly the Wildrose - and a slim majority of those surveyed would prefer to see a new government. - "The momentum at the moment favours Wildrose," Ian Large, Leger Marketing's Alberta vice-president, said Tuesday. - Large said the main story is "a big surge of support for the Wildrose" in recent weeks and "a big drop in support for Alison Redford and the PCs." - "When you have that kind of vote-splitting, it's very, very unpredictable," said Mount Royal University political analyst David Taras. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voir ci-haut. - The Leger poll, conducted by telephone interviews between March 22 and 25, has a margin of error of 2.8 percentage points, 19 times out of 20 (au milieu de l'article). 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emploi de « virtual dead heat » dans le chapeau. - Cet article sur la médiatisation d'un sondage sur les intentions de vote est certainement bien équilibré, démontre les détails nécessaires, n'insiste pas trop sur des mots forts pour démontrer l'avance d'un parti ou de l'autre. - Emploi de l'expression « dramatic drop ». - Là où les mots sont plus évocateurs, voire virulents, c'est avec les citations du sondeur.
12	28/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p>	<p>Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith pledged Tuesday to increase the Heritage</p>	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.

	<p>Auteur : Darcy Henton</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Smith's Heritage Fund proposal deemed 'irresponsible' by Redford</p> <p>Page de référence : A4</p>	<p>Saving Trust Fund to \$200 billion within 20 years, but Conservative Premier Alison Redford questioned how that could possibly happen without "wild" slashing of government spending.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
13	<p>28/03</p> <p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Karen Kleiss</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Visions of Alberta as wide as prairie; Smith aims to stay the course, while Redford calls for change</p> <p>Page de référence : A4</p>	<p>Chapeau : The provincial election will be a referendum on Alberta's future, with two conservative leaders pitching fundamentally different visions.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
14	<p>28/03</p> <p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p>	<p>Chapeau : A new poll ranking provincial party leaders shows Albertans favour Premier Alison Redford's competency and ability to represent the province abroad, while Wildrose Leader Danielle Smith is considered the most likable.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Voir chapeau ci-dessus. - However, when asked who would make the best premier, respondents to the Edmonton Journal-Calgary Herald poll were divided between the two women.</p>	<p>Commentaires : - Intéressant ici de constater à quel point l'emphase dans la médiatisation des sondages est mise sur les rivaux Alison Redford et Danielle Smith et leur personnalité. Les partis comme les autres candidats sont mentionnés, mais évacués rapidement à la fois.</p>

	<p>Titre : Smith's likability, Redford's skill praised; Premier best prepared to lead, poll ranking two leaders says</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Redford received the support of 33 per cent of respondents, followed closely by Smith at 28. "It's statistically a lead, but it's not very much," said Ian Large, vice-president of Leger Marketing, which conducted the poll.</p> <p>"If the race becomes about leadership rather than issues, I think Alison Redford has a real edge. But if the debate is around trust or personality, then Danielle Smith can move the vote to her favour."</p> <p>- On the same question, Liberal Leader Raj Sherman garnered support from 10 per cent of respondents, the NDP's Brian Mason received nine per cent and Alberta Party Leader Glenn Taylor had two per cent. About 18 per cent were undecided or declined to answer.</p> <p>- Large said the result is particularly significant for Smith, who doubled her support from poll results in January. Though all opposition leaders have been vigorous critics of the government in recent months, Smith's rise has been at the expense of Sherman and Mason, he said. Redford can also take something positive from the results, in that her popularity as premier has stayed steady since January, he said. MacEwan University political scientist Chaldeans Mensah said the results show people are skeptical the PC leader's strengths can overcome her party's struggles. "Redford's honeymoon for the Tory party is long gone, but she still commands a great deal of respect as an individual committed to pursuing change," he said. "As with Ralph Klein in 1993, the party has no alternative but to ride the wave of Redford's personal standing."</p> <p>- While such qualities could be decisive in a largely leader-driven race, both Mensah and Large said it was unclear how the results might play out since some voters value different characteristics than others.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <p>- The March 22-25 telephone survey of 1,215 Albertans has a margin of error of plus or minus 2.8 percentage points, 19 times out of 20. The margin increases when results are broken down by region or demographic (à la fin).</p> <p>- Poll questions : If an election were held today, which party would you vote for? How likely are you to vote in the upcoming provincial election? Satisfaction with the Redford government? Is the Alberta government headed in the right or wrong direction? Do you believe the PC government should be re-elected or would you prefer to have a new government? Even though you may not vote for them, do you think one of the opposition parties other than the PCs would make a better government?</p>	<p>- Tous les détails relativement aux sondages sont présents. - Article très nuancé sur les avancées de l'un et de l'autre.</p>
15 28/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : David Staples</p>	<p>Chapeau : There's plenty to like about Danielle Smith and the Wildrose party. Smith is smart, tough, charismatic. She will stand up for Alberta's oilsands and provincial interests. She is also strong when it comes to issues of personal freedom. All that said, the Wildrose position on mass transit is strangely out of touch with city</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>voters, as well as unfair to them.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
16	28/03	<p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Wildrose plan would hurt transit; Killing \$2B GreenTrip fund could drive away urban votes</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : The Wildrose Party would become Alberta's next majority government if the election was held today, suggests a Forum Research poll conducted Monday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - The Wildrose would have 58 seats in the Alberta legislature, with the current Progressive Conservatives taking a distant second with 22 seats, figures show. - The numbers show a province poised for sweeping change, said Forum Research president Lorne Bozinoff. - "It's usually a big switch, not a close election. This is what this is looking like."</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - The poll was conducted by Forum Research with the results based on an interactive voice response telephone survey of 1069 randomly selected residents of Alberta aged 18 or older. - The poll was conducted on March 26. Results based on the total sample are considered accurate +/- 3%, 19 times out of 20.</p> <p>Commentaires : - Le titre de l'article se veut résolument fort à la lumière du sondage. - Tous les détails relativement au sondage sont bien élaborés (comparaison avec le dernier sondage, précisions sur les régions); ceux de nature plus technique se trouvent en dernières lignes. - Il est intéressant de voir combien le sondeur interrogé est celui qui met énormément d'emphasis sur les gains du Wildrose au détriment du Parti progressiste-conservateur.</p>
17	28/03	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Liza Mrazek</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Premier stands by record</p>	<p>Chapeau : Premier Alison Redford stood by her party's record of prosperity as she took her message on a tour of southern Alberta Tuesday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		Page de référence : N/A		
18	28/03	Journal : The Globe and Mail Auteur : Josh Wingrove Type : Article de nouvelle Titre : Campaign brings out discordant views of Alberta Page de référence : A11	Chapeau : Tony Premier Redford espouses worldly future for province; Wildrose challenger-Smith stumps for traditional grassroots values Alberta's boom has changed the province - its population has jumped by 800,000 in a decade, the balance has shifted from farms to cities, and the oil sands have made it a player on the global stage. Phrases-clés relativement aux sondages : - The parties are tied in polls, one of which showed only 54 per cent of people who voted for Ms. Redford's PCs in the last election planned to do so again. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Une seule référence à un sondage publié dans un autre média, sans plus de détails, pour indiquer que la course est serrée.
19	29/03	Journal : Edmonton Journal Auteur : James Wood Type : Article de nouvelle Titre : Campaign robocalls relentless, but legal; Elections Alberta flooded with 150 complaints in first days Page de référence : A1	Chapeau : Albertans' phones are ringing off the hook because of the provincial campaign and Elections Alberta is trying to figure out what - if anything - it can do about it. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
20	29/03	Journal : Edmonton Journal Auteur :	Chapeau : New polling data suggests Albertans are generally satisfied with the Redford government's handling of most major issues, including taxes, the economy, education, energy and the environment. However, the Tories get failing marks	Commentaires : - Aucune référence aux sondages sur les intentions de vote. - La médiatisation de ce sondage

	Keith Gerein Type : Article de nouvelle Titre : Campaign robocalls relentless, but legal; Elections Alberta flooded with 150 complaints in first days Page de référence : A1	on health care, while Albertans are divided on whether the province runs an open and honest government. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	dans cet article ne fait pas allusion aux intentions de vote, mais aux intérêts des Albertains en matière de politique et fiscalité publique.
21	29/03 Journal : Edmonton Journal Auteur : Karen Kleiss Type : Article de nouvelle Titre : Smith, Redford clash over future vision; Divide between two leaders grows sharper Page de référence : A4	Chapeau : The political spat is evidence of the important and profound difference between Wildrose and Conservative plans for Alberta's future, with Smith appealing to Albertans' proud independence and fiscally conservative roots, and Redford looking to nurture the province in its emerging role as a cosmopolitan global leader. Phrases-clés relativement aux sondages : - A Leger poll conducted for the Edmonton Journal and the Calgary Herald suggests Albertans understand the difference between the two leaders, with Smith edging out Redford for likability and Redford beating Smith on questions about national and international leadership. - The poll shows the two parties in a close race, with the Tories at 37 per cent and Wildrose at 34 per cent. - Redford said the poll results show "it's a very volatile election" that Albertans are paying attention to. "I believe this is a very important election for Alberta. It's going to allow Albertans to decide whether or not they want to take a direction for-ward or maintain what we have done before." Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Référence à un sondage préalablement publié dans le journal, sans plus de détails. - Réaction d'Alison Redford à ce sondage qui indique qu'il montre combien cette élection est volatile et qu'elle est importante pour les Albertains.
22	29/03 Journal : Edmonton Journal Auteur : Kelly Cryderman	Chapeau : Albertans overwhelmingly want a public inquiry into doctor intimidation - a probe the governing Tories have refused to call - but a slim majority think PC Leader Alison Redford has kept her word on the issue, according to a new poll. Phrases-clés relativement aux sondages :	Commentaires : - Aucune référence aux sondages sur les intentions de vote. - Il est cependant intéressant de constater que tous les détails nécessaires à la compréhension

		<p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Albertans demand probe on alleged bullying of doctors</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>- N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deuxième phrase de l'article : A Leger Marketing telephone survey of 1,215 Albertans, conducted March 22-25 for the Calgary Herald and Edmonton Journal, also found more than half are satisfied with the public health-care system (deuxième phrase de l'article). - The Leger poll has a margin of error of plus or minus 2.8 percentage points, 19 times out of 20, although regional margins are higher (fin de l'article). 	du sondage sont présents.
23	29/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Thomas Graham</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Election too interesting to ignore; Great news: 84% say they're likely to vote</p> <p>Page de référence : A23</p>	<p>Chapeau : No matter where you are on the political spectrum, no matter how your party is doing in the public opinion polls, there is one number in the recent Leger Marketing poll that is cause for optimism.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - This election campaign is simply too interesting to ignore, the outcome too difficult to predict. - For the first time in decades, the Progressive Conservatives cannot take the electorate for granted. The Leger poll indicates a virtual tie with PC support at 29 per cent and Wildrose at 26 per cent. Liberals are at 10 per cent, the NDP at nine and the Alberta Party is once again polling within the margin of error at two per cent. Of the 18 per cent of people undecided, most of them are leaning to the Tories. That means the Tories could yet snatch victory from the jaws of the Wildrose. But nothing is certain at this point. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - [...] is once again polling within the margin of error at two per cent. 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intéressant de voir que même si les sondages donnent une majeure avance au Wildrose, cet éditorialiste continue de croire que l'issue de l'élection est difficile à prévoir. - Intéressant également que l'éditorialiste ait pris la peine de mentionner la marge d'erreur.
24	29/03	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Bell: Alberta pride</p>	<p>Chapeau : Sounds like Alison Redford wants to replace old Martha and Henry.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.

		Page de référence : N/A		
25	29/03	Journal : The Globe and Mail Auteur : Gary Mason Type : Article de nouvelle Titre : Alberta politics has caught up with Albertans Page de référence : A19	Chapeau : Most of the country looks at the name of Alberta's governing party and sees only the word Conservative. The word Progressive is often speciously disregarded. But, at times, the Tories have spent money - even wasted it - in a fashion that defies any definition of conservatism. Many of the party's policies could have been introduced just as easily by, say, British Columbia's Liberals. Phrases-clés relativement aux sondages : - Ms. Redford and the Progressive Conservatives are in the fight of their lives in the provincial election campaign now under way. Some polls give the right-wing Wildrose Party the edge, under charismatic Danielle Smith. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale à la fin de l'article. - Mention nettement favorable à Danielle Smith qui a la faveur dans les sondages : « under charismatic Danielle Smith ».
26	29/03	Journal : The Globe and Mail Auteur : Dawn Walton, Josh Wingrove et Nathan Vanderklippe Type : Article de nouvelle Titre : Redford's \$3-billion pledge fuels clean-energy debate Page de référence : A12	Chapeau : So continues the debate on what direction Alberta will take now that it's an energy superpower in a politically charged, carbon-aware world. Ms. [Alison Redford] said this week Alberta is the envy of North America, but needs to evolve, or "change the character of the province," as its playing field changes. Based on that, the populist Ms. [Smith] told supporters that Ms. Redford "doesn't like Alberta all that much, doesn't like who we are." Phrases-clés relativement aux sondages : - Most polls show the parties neck-and-neck as Albertans weigh what brand of conservatism they prefer. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Mention rapide aux sondages de façon générale sur combien la course est au coude-à-coude.
27	30/03	Journal : Edmonton Journal Auteur : Karen Kleiss	Chapeau : Progressive Conservative Leader Alison Redford has ordered Tory MLAs to pay back "every penny" they received from the government committee that hasn't met since 2008. Phrases-clés relativement aux sondages :	Commentaires : - Aucune référence particulière aux sondages, sinon que Danielle Smith y fait référence en indiquant qu'Alison Redford craint les résultats qu'elle voit.

		<p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Redford to MLAs: Pay back or else</p> <p>Page de référence : A4</p>	<p>- "It's remarkable that it took a drastic drop in the polls to convince Ms. Redford to do the right thing," Smith said.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
28	30/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Albertans OK with tax increases to fund essential services: poll</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : Are Albertans ready to embrace the idea of tax increases? New polling suggests they might be, as long as the money is used for essential services and infrastructure.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages - La médiatisation de ce sondage dans cet article ne fait pas allusion aux intentions de vote, mais aux intérêts des Albertains en matière de politique et fiscalité publique.</p>
29	30/03	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : David Staples</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : Smith should drop airport issue; Wildrose leader risks opening old wounds in Edmonton</p>	<p>Chapeau : The Wildrose leader talked about delaying funding of the new Royal Alberta Museum and about her desire to revisit Edmonton's downtown airport debate. If the fixed price is now chucked, if building the museum is delayed until the province is booming and there's a nice surplus, how many more tens or hundreds of millions will the new museum cost when we have to pay boomtime labour and material costs?</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		Page de référence : A5		
30	30/03	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Calgary Sun Staff</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Poll: Wildrose continues wild rise</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Wildrose Party popularity continues to bloom, suggests a new Abacus Data poll conducted for Sun News Network.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Abacus poll finds the Wildrose has skipped ahead of the PC Party, now leading by 13 percentage points. - Compared to a similar Abacus poll in early March, the Wildrose is up 12 percentage points while the Tory party is down six percent. - Provincewide, Wildrose has the support of 41% of decided voters, followed by the PCs at 28%, the Liberals at 16% and the NDP 12%. Of those decided voters supporting the PCs, 90% said the party is headed in the right direction while 9% said the party is on the wrong track. Of those supporting the Wildrose, 10% said the PC party is headed in the right direction while 88% said the Tories are off track. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - From March 26 to 28, the poll surveyed 1,036 Albertans aged 18 and over. The margin of error for a sample size of 1,036 is +/- 3.1%, 19 times out of 20. 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le titre est assez fort avec l'expression « continues wild rise ». - Article relativement objectif sur un sondage, avec des détails suffisamment précis, sinon qu'il insiste sur la montée fulgurante du Wildrose.
31	30/03	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Dawn Walton et Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Alberta campaign locked in a dead heat</p> <p>Page de référence : A13</p>	<p>Chapeau : Premier Alison Redford acts to restore credibility after Wildrose brands Progressive Conservatives as wasteful Alison Redford, policy-wonk lawyer that she is, wanted an Alberta election about issues - the stark differences between the visions of the Progressive Conservative Leader and her chief opponent, Wildrose Party Leader Danielle Smith.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instead, she's in dead heat and policy's on the backburner. - Polls show voters think Ms. Redford, of all party leaders, is the most competent, trustworthy and best suited to represent Alberta, but say Ms. Smith is more likable. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emploi de l'expression « dead heat » à deux reprises. - Référence de façon générale aux sondages vers la fin du texte, sans aucun appui fondé.
32	13/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p>	<p>Chapeau : Alberta's historic leader's debate Thursday laid bare the monumentally different visions that Alison Redford and Danielle Smith have for the future of the</p>	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'emploi de « credible polls » soulève des questions.

		<p>Auteur : Keith Gerein et Karen Kleiss</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Debate offers different visions; No knockout punches as leaders spar</p> <p>Page de référence : A1</p>	<p>province.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Credible polls show the Progressive Conservatives and the Wildrose in a dead heat. Roughly one in five Alberta voters is undecided (milieu de l'article). <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<ul style="list-style-type: none"> - Emploi encore une fois de l'expression « dead heat ». - Notons ici que le nombre d'indécis demeurent extrêmement importants; est-ce que les journalistes abordent suffisamment cet élément dans leurs analyses?
33	13/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : David Staples</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Redford, Smith dual debate winners; Tory, Wildrose leaders present radically different visions</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : The best debate in modern Alberta political history had two winners, Alison Redford and Danielle Smith. Redford and Smith presented two radically different visions of what should come next for Alberta.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.
34	13/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Lorne Gunter</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre :</p>	<p>Chapeau : Vanilla pudding. Blancmange. White ganache. Without torturing the culinary metaphors too far, that's my summation of the leaders' debate. Smooth, but bland and only mildly flavoured.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Being as much as 15 points behind in the polls, Tory Premier Alison Redford had to score big to begin to close the gap with Wildrose. Only the truest of Tories could imagine she did that. She didn't. 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'éditorialiste fait mention du recul d'Alison Redford dans les sondages pour démontrer qu'elle aurait dû faire mieux au débat des chefs.

		<p>Gunter: Wildrose leader wins 'vanilla' debate</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
35	13/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Agence QMI</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Smith demands cabinet wage roll-back</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Wildrose leader Danielle Smith demanded Friday the premier roll back the 30% pay hike the Tory cabinet voted themselves behind closed doors after their 2008 election victory.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
36	13/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Tories close gap after initial collapse in voter support</p> <p>Page de référence : A7</p>	<p>Chapeau : Alberta's Progressive Conservatives have stopped their election campaign freefall, but pollsters are divided over where voters stand.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A poll set to be published on Wednesday by Forum Research based on randomized landline phone interviews puts the right-wing Wildrose Party ahead 43 per cent to 31 per cent over the PCs, who saw a slight improvement since last week. While most voters surveyed said they opposed some of Wildrose's major ideas, such as oil sands rebate cheques and conscience rights, the wide lead would mean the party is still on track for what the polling firm called a "crushing majority." - A Leger Marketing poll published on Tuesday based on responses from an online panel showed a tighter race, with Wildrose ahead 36 to 34. - The polls were done a few days apart with different methodologies. - Nonetheless, both show Alison Redford's PCs either stabilized or closer to Danielle Smith's Wildrose after <u>collapsing</u> over the past two months. "Now we look like we're in kind of a trench warfare situation," said Lorne Bozinoff, president of Forum Research. - The difference in the methodologies - landline and Internet - reflects a theme</p>	<p>Commentaires : - Article assez juste sur l'état des sondages en milieu de campagne (à la veille du débat des chefs) et des différences méthodologiques. - Cet article démontre bien également combien les sondages demeurent des indicateurs intéressants, mais peu fiables. - Emploi d'expressions assez fortes comme « freefall », « crushing majority », « collapsing ».</p>

		that underpins the campaign: Ms. Smith has stressed traditional Alberta values, while Ms. Redford says the province has changed in the past 20 years. The parties are chasing different sections of the population, making the race difficult for pollsters to assess. - Forum's poll shows Wildrose with a strong base, particularly among male and southern Alberta voters who back its ideas even though a majority oppose them. "I'm just struck at how the Wildrose party supporters really march to their own drummer," Mr. Bozinoff said. The Leger poll showed 20 per cent of voters remain undecided about which party to support on April 23. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	
37	14/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Trish Audette et Sheila Pratt Type : Article de nouvelle Titre : Liberals fight for attention; Sherman's support lags as PC-Wildrose battle rages Page de référence : A1	<p>Chapeau : Raj Sherman sits in an LRT car headed toward downtown Edmonton, his eyes dancing as he watches a mass of students get on and off at the University of Alberta station. Is it legal, he asks his communications manager, to campaign on a public transit line?</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Alternatively, this election is a game of sheer survival for Sherman, whose party's support dropped shockingly in the first weeks of the campaign to half the level of the 2008 election. - Early opinion polls showed the Liberals at just 12 per cent, down from the 26-per-cent share of the popular vote they won in 2008. A poll last week showed little improvement, with Liberal support at 13 per cent. That prompted some to predict the Liberal vote might collapse. - The party's low standing in provincewide polls is misleading as it doesn't show the higher concentration of Liberal support in certain pockets in Calgary ridings, he says. "The polls don't tell that story."</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Commentaires : - Article sur l'état du Parti libéral avec les sondages qui le mettent loin derrière. - À partir de sondages, les journalistes indiquent que le vote libéral pourrait être anéanti.</p>
38	14/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Kelly Cryderman Type : Article de nouvelle	<p>Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith says suspended trade envoy and former Tory cabinet minister Gary Mar will not be returning to his government post if her party forms the next Alberta government.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Titre : Mar won't return to post if Wildrose party is elected: Smith</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
39	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Darcy Henton</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : No clear winner seen in debate; Poll finds leaders neck-in-neck in personal popularity battle</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : It appears Thursday's leadership debate didn't do much to change the minds of voters about the people leading Alberta's political parties. The leaders of the Wildrose and Progressive Conservatives remain locked in a tight personal popularity battle with the provincial election just nine days away, according to a new Leger Marketing poll.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - "They are still neck and neck," said Leger vicepresident Ian Large, referring to the leader's individual popularity, not overall party support levels. "It's a coin toss for next week."</p> <p>- A post-debate online poll of 615 Albertans who followed Thursday evening's televised debate found Danielle Smith of the Wildrose was seen as the most likable leader (34 per cent) and best able to explain her party's position (30 per cent). PC Leader Alison Redford was viewed as the most competent leader (37 per cent), according to the survey undertaken for the Calgary Herald and Edmonton Journal.</p> <p>- While sparks flew, no one appeared to seize the momentum. "There was no clear winner," Large said. "In terms of explaining their party platforms, Albertans seemed to think Danielle Smith did a better job than the others, but not overwhelmingly better than anyone else."</p> <p>- As with previous Leger polls, this one showed marked differences in the opinions of Edmonton and Calgary viewers. Smith consistently was found to have performed better in the eyes of Calgaryans than Edmontonians.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - The online Leger poll was taken Thursday and Friday. While the margin of error is not reported in non-random surveys, a probability sample of 615 Albertans would result in a margin of error of about four percentage points, 19 times out of 20.</p>	<p>Commentaires : - On sent une volonté d'être précis dans la description des sondages et de ce qu'ils signifient. - Cet article est équilibré entre la présentation des résultats, la réaction du sondeur et les réactions des chefs face à leur performance. Il met de l'avant combien la course est serrée et que rien n'est joué d'avance à un peu plus d'une semaine des élections. - Notons ici que la marge d'erreur estimée est équivalente à 4 %, ce qui est considérable.</p>
40	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p>	<p>Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith will funnel money out of the public health-care</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Auteur : Kelly Cryderman</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Tories issue private-care warning; Redford links Wildrose backer to for-profit hospital project</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>system to pay for surgeries at private clinics in Alberta and abroad, Tory Leader Alison Redford charged Friday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
41	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : James Wood</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose 'firewall' letter ignites political storm; Smith proposes Alberta Pension Plan, provincial police force, equalization formula challenge</p> <p>Page de référence : A7</p>	<p>Chapeau : Echoing the famous "firewall" letter of a decade ago, Danielle Smith says Alberta would "assert itself" in Canada under a Wildrose government and have the ear of a sympathetic prime minister in Ottawa.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
42	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Karen Kleiss</p>	<p>Chapeau : Progressive Conservative Leader Alison Redford pledged Friday to pass a law that would require the Workers' Compensation Board to cover first responders who suffer from post-traumatic stress disorder. If passed, Alberta would become the second province in Canada to implement such legislation, Redford said.</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Tories will cover PTSD through WCB</p> <p>Page de référence : A7</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
43	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Graham Thomson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Debate didn't change status quo - whatever that is; Outcome of election campaign as <u>unpredictable</u> as it ever was</p> <p>Page de référence : A25</p>	<p>Chapeau : It was a good debate, at times a great debate. The best Alberta election debate in 20 years. It just wasn't a decisive debate. The outcome of the election campaign is still wonderfully vague and <u>unpredictable</u>.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A few public opinion polls have the Wildrose in a clear lead while others have them in a dead heat with the Progressive Conservatives. Thursday's debate was supposed to clear the air. Instead, it just turned the fog machine up a notch. - But in keeping with the confusing nature of the campaign, when it comes to which leader "looked and sounded most like a premier" 38 per cent picked Redford compared to 30 per cent for Smith. Smith is seen as more likable, Redford is seen as more competent. That pretty much sums up the campaign so far. - An Ipsos-Reid poll (with a 4.2 per cent margin of error) said 37 per cent of respondents thought Wildrose Leader Danielle Smith won the debate compared with 28 per cent for Progressive Conservative leader Alison Redford.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Médiation nuancée des sondages, avec peu de détails cependant pour en dégager un sens. - Cet article fait état d'une division, voire d'une confusion, marquée parmi les sondages; certains donnant une large avance au Wildrose, d'autres le mettant au coude-à-coude avec les Progressistes-Conservateurs.</p>
44	14/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Marta Gold</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre :</p>	<p>Chapeau : Political leaders are often put under the microscope, particularly during an election campaign. Their policies, their actions, their manner, even their style, become subject to scrutiny by opponents, voters and the media. While we all have our opinions on their policies and performance, we likely have our separate views on their personal styles, too.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Comfort in a signature look; Whether it's pearls or a pickup, leaders' choices are revealing</p> <p>Page de référence : E6</p>	<p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
45	14/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Calgary Sun</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Grit turf getting crowded</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : You can't blame Alberta Liberal Leader Raj Sherman for being peeved. He's outraged that Alison Redford is trying to lay claim to the "progressive centre."</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - After the election writ was dropped and poll after poll saw the Wildrose way out in front, the Tories resorted to demonizing the social conservatives who'd once been their supporters.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale en mettant l'emphasis sur l'avance du Wildrose. - Emploi de l'expression « way out in front ».</p>
46	14/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Bill Kauffman</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Poll shows Albertans not afraid of Wildrose</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Lingering concerns over the risk of a Wildrose government and its leader haven't dimmed Albertans' support for the party, according to a poll. Basically, folks aren't scared of them.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - An Abacus Data survey conducted April 5-10 shows the Wildrose widening its lead over the Tories to 17 points — well within majority government range. - Acceptance of the party has grown despite uncertainty over leader Danielle Smith, considered too risky by 35% of respondents compared to 28% for Premier Alison Redford. The PC leader also got the nod by 42% who said she's the most experienced to be premier versus 18% for Smith. And 32% tagged the PCs as being ready to govern with the Wildrose scoring 27%. But the perception of the Tories as being well past their shelf life and untrustworthy are powerful enough to negate those other concerns, said Abacus Data's Dr. David Coletto. "The PCs are seen to be out-of-touch, willing to do anything to win votes," he said. "The ready-to-govern lead is not as big as you'd expect." - With a lead of 46% to 29% for the Wildrose over the PCs, the NDP at 12% and Liberals 10%, Smith's party seems to already appeal easily enough to voters regardless of the uncertainties. "There's enough people not worried about it —</p>	<p>Commentaires : - Cet article met énormément d'emphasis sur le Parti progressiste-conservateur qui perd des plumes dans un sondage et l'avance fulgurante qu'a le Wildrose. - L'angle de l'article porte sur la peur que peut susciter le Wildrose et qui finalement ne se concrétise pas dans les sondages. - Il y a énormément de chiffres dans cet article, ce qui peut devenir confus et difficile pour le lecteur de bien décoder l'essence du sondage. - Le sondeur fait référence au vote stratégique où des électeurs libéraux tendent à se tourner vers les Progressistes-Conservateurs</p>

		they don't need a majority or everybody to like them," he said. As well, those polled found Smith personally more appealing. - In the sample, 46% viewed Smith positively with a 29% unfavourable rating, versus 43% and 34% for Redford. But the bottom line is a commanding Wildrose lead almost everywhere, including a crushing 30% advantage in Calgary, said Coletto. - In Edmonton, the PCs have increased their lead by three points to 38% over the Wildrose's 31%. - Heading into the last week of the campaign with Redford widely seen as not landing any knockout punches in Thursday's debate, things look grim for the PCs, said Coletto. "The attacks by the Tories on Wildrose haven't worked... some people said the Wildrose were peaking too soon, that they'd fall down to Earth but it hasn't happened," he said. Coletto said his firm's polling has shown a massive shift among traditional PC voters to the Wildrose, and the Grits and NDP have failed to capitalize, with many Liberal supporters throwing their lot in with the PCs to stop Wildrose, he added. Détails techniques relativement aux sondages : - The poll has a margin of error of plus or minus 3.2%, 19 times out of 20.	pour bloquer la montée du Wildrose. - Il manque de détails quant à la méthodologie.	
47	14/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Kathy Mueller Type : Article de nouvelle Titre : Smith promises to expand health inquiry Page de référence : N/A	Chapeau : Wildrose leader Danielle Smith continued her attack on PC leader Alison Redford Saturday, accusing the Tories of ignoring allegations of doctor intimidation and promising to pick up where a judicial inquiry is leaving off. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
48	14/04	Journal : The Globe and Mail Auteur : The Globe and Mail	Chapeau : In the leaders' debate in the Alberta election - which was essentially between Alison Redford, the Progressive Conservative Premier, and Danielle Smith, the Wildrose Party Leader - the most important point in dispute was the contrast between Ms. Redford's promise of capital investment in infrastructure and Ms. Smith's promise of a balanced budget.	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.

	<p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : The great schism on the Albertan right</p> <p>Page de référence : F8</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
49	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : The Wildrose Bunch</p> <p>Page de référence : F6</p>	<p>Chapeau : Smith's fellow candidates are 'not career politicians' - but, aside from their leader, overwhelmingly white, male and holding a spectrum of views reminiscent of the early Reform Party The public face of the Wildrose Party is almost exclusively that of its leader, Danielle Smith.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - But now that Wildrose is poised to form Alberta's next government, attention has turned to those running with her - a group of candidates she described as "second to none" after the leaders debate on Thursday night.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence non directe aux sondages, mais une phrase qui indique - certainement à la lumière des résultats dans les sondages - que le Wildrose est en position de former le prochain gouvernement.</p>
50	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Sydney Sharpe</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Right cross</p> <p>Page de référence : F1</p>	<p>Chapeau : Danielle Smith's Wildrose Party is well-named: The family-feud character of its split from the long-ruling Progressive Conservatives has bred Alberta's own War of the Roses. Sydney Sharpe tells the inside story of how this faithful party devotee turned rebel, and how her energy and conviction are bringing much of her booming province with her When she has a rare moment of leisure, Danielle Smith reads another chunk of a book called Confidence: How Winning Streaks and Losing Streaks Begin and End.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Ms. Smith is widely thought to be on the verge of unseating the Progressive Conservative regime that first took office only five months after she was born on April 1, 1971. Several polls have shown Wildrose, a party formed just four years ago, to be leading Premier Alison Redford's PCs by wide margins in southern Alberta and Calgary, and competing with it in Edmonton and the north. - The Premier's clumsy handing of the pay issue - first saying she would wait for a report, then ordering the members to return some of the money, finally</p>	<p>Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale, mais pour le moins incontournable. - L'article semble en quelque sorte basé sur la prémisse que Danielle Smith est sur le point de remporter le pouvoir - à la lumière des sondages encore une fois.</p>

			commanding them to give it all back - probably contributed more than anything else to the PC plunge in the polls. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	
51	15/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Trish Audette Type : Article de nouvelle Titre : Oilsands, green issues missing in action in campaign Page de référence : A1	Chapeau : Alberta's oilsands and their environmental legacy - perhaps the single issue that most defines the province's economy and relationship with the world - has been largely absent from political debate since the provincial election was called, observers say. Phrases-clés relativement aux sondages : - That mash-up of debates has pushed the cleanup of oilsands tailings ponds or greenhouse gas emissions off the agenda, apart from campaign promises made by NDP Leader Brian Mason and Liberal Leader Raj Sherman, both of whom are polling low among decided voters. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Lien entre l'environnement et les intentions de vote pour les partis peu populaires.
52	15/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Kelly Cryderman et Karen Kleiss Type : Article de nouvelle Titre : Smith wants health probe to look at MD intimidation; Redford promises \$10 million for STARS Air Ambulance Page de référence : A5	Chapeau : Health care was once again front and centre in the provincial election campaign Saturday as both the Progressive Conservative and Wildrose leaders announced how their parties would improve Alberta's multibillion dollar system of hospitals and emergency helicopters. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.

53	15/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Darcy Henton</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Power line controversy dogs former cabinet minister; Ted Morton expected to face stiff competition in new riding</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : Public anger over government land bills and a cabinet decision to build two high voltage transmission lines have put former Progressive Conservative cabinet minister Ted Morton on the defensive in the newlystructured riding of Chestermere-Rocky View.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
54	15/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Cailynn Klingbeil</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : NDP push for more bitumen upgrading in Alberta</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : New Democrat Leader Brian Mason said his party would move forward with four upgraders planned for the Industrial Heartland, saying Saturday that keeping bitumen in Alberta creates more jobs and stronger communities.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
55	16/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type :</p>	<p>Chapeau : Should the Wildrose party capture the April 23 provincial election, Leader Danielle Smith will head to the legislature with a mix of largely unknown political rookies both capable and controversial.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A handful of others come with socially conservative or otherwise inflammatory</p>	<p>Commentaires : - Référence très rapide aux sondages. - Cet article est intéressant en ce qu'il analyse la possibilité du Wildrose de réellement former un gouvernement puisqu'il a cette</p>

	Article de nouvelle Titre : Spotlight on untested Wildrose candidates Page de référence : A1	views that could make them lightning rods for criticism should they get elected. Included in this group are pastor Allan Hunsperger, whose anti-gay blog post created a furor on Sunday, as well as former Alberta Report editor Link Byfield and Calgary evangelical pastor Ron Leech, both of whom have opposed same-sex marriage and abortion. "In terms of the front-line people, the people who could be ministers, it's kind of a black hole, or the Bermuda triangle," Mount Royal University political scientist David Taras says. - In the Wildrose's case, their poll numbers have been buoyed by disgust at the PCs, but it's unclear if voters have asked whether the party has enough depth and diversity of experience to run a \$41-billion government. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	chance selon les sondages. Les candidats suscitent toutefois des doutes quant à leur capacité d'être au pouvoir : manque d'expérience, idées radicales, etc.
56	16/04 Journal : Edmonton Journal Auteur : Sheila Pratt Type : Article de nouvelle Titre : Good-behaviour bonds a free-speech issue, Tories say; Wildrose point to maverick MLAs ousted by Conservatives Page de référence : A5	Chapeau : The Wildrose party's \$1,000 "good conduct" bonds for those who attempted to win a party nomination are "undemocratic," says Progressive Conservative Leader Ali-son Redford. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - N/A
57	16/04 Journal : Edmonton Journal Auteur : Edmonton Journal Type : Article de nouvelle	Chapeau : - N/A Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.

		Titre : Notable Wildrose Candidates Page de référence : A6		
58	16/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : James Wood Type : Article de nouvelle Titre : Smith stands by candidate's anti-gay blog; Wildrose leader says her party won't legislate on moral issues Page de référence : A6	Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith stood by a controversial Edmonton candidate Sunday, refusing to condemn a blog post decrying tolerance toward gays and lesbians. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
59	16/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Michael Den Tandt Type : Éditorial Titre : Wildrose victory next week would hardly be surprising; Redford needs <u>huge reversal</u> for even a minority government Page de référence :	Chapeau : If in a week Wildrose Leader Danielle Smith becomes premier of Alberta, many will call it a stunning upset. But in fact it won't be stunning at all. Smith's ascent has been predictable, to the point of being <u>inevitable</u> . Phrases-clés relativement aux sondages : - And that was even before the stench of death began wafting over the campaign of Tory incumbent Premier Alison Redford, because of various scandals and pratfalls, and before Smith's perceived victory in last week's televised debate. A week is a long time in politics and strange things do, occasionally, happen. But Redford now needs a big reversal to win a minority, let alone keep her majority. The reasons for this are both personal and political. - The curiosity is that Redford and her team did not see the falling anvil until it was too late. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Cet éditorialiste prédit une victoire inévitable pour le Wildrose et détaille pourquoi. S'il ne fait pas de mentions directes au sujet des sondages, il semble affirmer son hypothèse à la lumière de ceux-ci. - Emploi de l'expression « needs a big reversal ».

	A13			
60	16/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Redford gets a lift from mentor Loughheed</p> <p>Page de référence : A3</p>	<p>Chapeau : With election a week away and the Wildrose ahead, former premier tries to help current leader rally conservatives back to party.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - With election day one week away and Ms. Redford trailing the right-wing Wildrose Party in most polls, she'll take all the backing she can get as she hopes to revive Mr. Loughheed's legacy.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence aux sondages mentionnant l'avance de façon générale de Danielle Smith. - Une phrase de cet article fait également référence à une sorte de désespoir d'Alison Redford, toujours à la lumière des sondages.</p>
61	16/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Margaret Wenté</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Wildrose's winning ways</p> <p>Page de référence : A11</p>	<p>Chapeau : She's been called a clone of Stephen Harper, but with high heels and a personality. Some people mean that as a compliment. Others mean it as a warning. Either way, Danielle Smith is likely to be the next premier of Alberta, the booming petro-province that makes the rest of Canada turn green with envy - and frequently resentment.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence indirecte aux sondages en mentionnant « is likely to be the next premier of Alberta ».</p>
62	16/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Ezra Levant</p> <p>Type : Éditorial</p>	<p>Chapeau : The similarities between Kim Campbell and Alison Redford are startling.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Titre : Deja vu for Alberta's Progressives</p> <p>Page de référence : N/A</p>		
63	16/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Lisa Mrazek</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Lougheed endorsement of Alberta Tories 'tragic,' says Smith</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Tory titan Peter Lougheed's endorsement of his now foundering party is a sad statement going into the final week of the campaign, charges Wildrose boss Danielle Smith.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Redford, who was also campaigning in Calgary, with polls showing the formerly true Tory blue city now increasingly turning to Wildrose green, defended Lougheed's support, noting he himself agrees with the controversial slogan trotted out by her party last week declaring: "This is not your father's PC Party."</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale comme quoi le Parti progressiste-conservateur tire de l'arrière au bénéfice du Wildrose.</p>
64	16/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Dave Breakenridge</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : Price of democracy merely our sanity</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Well, folks, here we are, just one week until election day, and for those of you who were hoping for a campaign of ideas, and civil discourse, I need to ask: What planet do you live on?</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
65	16/04	<p>Journal : Calgary Sun</p>	<p>Chapeau : She's calling it the \$7-billion question and Wildrose leader Danielle Smith is</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>demanding answers from Alison Redford and the Progressive Conservatives.</p> <p>Auteur : Kathy Mueller</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose questions \$7B spending plan by Alberta Tories</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
66	16/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Kathy Mueller</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose under fire for pastor's comments</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Wildrose leader Danielle Smith entered the final week of the campaign defending controversial comments decrying homosexuality and public schools posted by an Edmonton candidate on his blog.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
67	17/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Darcy Henton</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Smith questions global</p>	<p>Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith says she doesn't believe the science supporting the theory of climate change is conclusive. "We've always said the science isn't settled and we need to continue to monitor the debate," Smith wrote in an Edmonton Journal-Calgary Herald online forum Monday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Mike Hudema of Greenpeace said it's "alarming" that Alberta may elect a government that denies basic climate science.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence directe aux sondages, sinon que des intervenants dans l'article mentionnent les chances réelles du Wildrose de se retrouver au pouvoir.</p>

		warning; Lack of commitment disappoints Greenpeace and energy experts Page de référence : A1	- N/A	
68	17/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Sheila Pratt Type : Éditorial Titre : Winds of major change harken back to 1971 Page de référence : A1	Chapeau : In 1971, riding a wave of change that started in the Edmonton area and rolled south to Calgary, a young Peter Loughheed ousted an aging Social Credit dynasty as Albertans voted for a modern vision of their province. Phrases-clés relativement aux sondages : - With the Wildrose high in the polls, Smith's rallying cry that it's "time for a change" - an echo of Loughheed's "Now" campaign in 1971 - appears to be resonating with voters. - Jim Lightbody, a political scientist at University of Alberta, agrees change is in the air. "There's a confederacy of grievances" accumulated against the Tory party, with many voters "united by a common enemy," he says. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Article sur comment l'Alberta est sur le point de vivre une petite révolution à la lumière des sondages.
69	17/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Paula Simons Type : Éditorial Titre : Smith fails crucial test of leadership; Wildrose leader turns anti-gay candidate into persecuted victim Page de référence : A5	Chapeau : According to his party website, he's a broadcaster, businessman, sports fan and a leader in Alberta's Christian private school movement. Last June, a few months before Hunsperger secured a Wildrose nomination, he published a pastoral letter on his church website, attacking the Edmonton public school board as "godless" and "wicked" and "profane," condemning the district's recent measures to protect gay and lesbian students and staff from discrimination. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : Aucune référence aux sondages.
70	17/04	Journal :	Chapeau :	Commentaires :

	<p>Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : 'No intolerance,' Hunsperger says</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Wildrose Leader Danielle Smith says her party will not discriminate against anyone, including a candidate with religious views that appear to discriminate against gays and lesbians.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>- Aucune référence aux sondages.</p>
71	<p>17/04</p> <p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Kelly Cryderman</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Sherman lays down his terms; Liberals demand three key posts to prop up PCs or Wildrose</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : With the provincial election less than one week away, Liberal Leader Raj Sherman has laid out his demands for keeping a Wildrose or PC minority government afloat should either party win the most seats without a majority.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Sherman is calling for the province's progressive voters to cast a ballot in his party's favour to boost MLA ranks, and help the Liberals be the "moral compass" of the Alberta legislature. However, with polls showing his party at 11-13 per cent support across the province, it's uncertain how many Alberta Liberal MLAs will actually be elected. Mount Royal University political analyst David Taras said he's not sure Sherman is being realistic in his demands. "There may not be enough Liberal MLAs to fill those positions."</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Ici, le journaliste reprend la moyenne des intentions de vote observées pour le Parti libéral afin de justifier le peu de chance qu'il puisse mettre ses politiques en vigueur.</p>
72	<p>17/04</p> <p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Graham Thomson</p> <p>Type : Éditorial</p>	<p>Chapeau : You know the Alberta election campaign is taking an odd twist when Liberals start supporting the Progressive Conservatives.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A new public opinion poll done for CBC News indicates Liberal and NDP supporters in Calgary are switching to the PCs, not because they really like the Tories but because they really don't like the more right-wing Wildrose and they want to stop the Wildrose from forming a majority government. It's an odd,</p>	<p>Commentaires : - La première partie de cet article porte sur des électeurs libéraux et néo-démocrates tentés de voter stratégiquement pour les Progressistes-Conservateurs, selon une firme de sondage, afin de bloquer la montée du Wildrose. - L'éditorialiste évoque toutefois</p>

		<p>Titre : Tories find unlikely allies; Rise of Wildrose leaves Liberal, NDP backers feeling conflicted</p> <p>Page de référence : A12</p>	<p>frustrating predicament for Liberals and New Democrats.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>peu de détails relativement à ce sondage pour en faire la base de son texte.</p>
73	17/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Carrie Tait et Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : 'THE SCIENCE ISN'T SETTLED'</p> <p>Page de référence : A3</p>	<p>Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith has raised the ire of climate activists by saying the science isn't settled on whether human activity is driving climate change - but she's not the only one. Neither Ms. Smith nor Progressive Conservative Leader Alison Redford's camp will explicitly say they believe human activity is behind global warming.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
74	17/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Alberta race hinges on a changing Calgary</p> <p>Page de référence : A3</p>	<p>Chapeau : New voter attitudes gives the Tories a boost in a city divided by the sea shift in conservative ideals Edmonton is the government centre, but the heart of Alberta's conservative politics is Calgary, the booming business hub that has produced leaders such as Stephen Harper, Peter Lougheed and Ralph Klein, defining much of Alberta politics for decades.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A poll released on Monday showed a city in flux, with its considerable Liberal contingent collapsing and sliding to the Progressive Conservatives, pushing them into a neck-and-neck race with the right-wing Wildrose Party. Polls had previously shown Wildrose running away with Calgary. The split is driven by several factors, including centrists flocking to the PCs to prevent vote-splitting and block Wildrose, and the city's fastchanging demographics. It pits traditional conservatives in the Wildrose camp against the PC mix of converted centrists, progressives and recent migrants to the province, which PC Leader Alison Redford says isn't the same as it was 20 years ago. - "Whoever wins Calgary is going to win the election," Mayor Naheed Nenshi</p>	<p>Commentaires : - Cet article fait énormément référence à un sondage paru la veille sans en donner les détails nécessaires pour en avoir une bonne connaissance. - L'article donne beaucoup de place aux commentaires du sondeur. - Reconnaissance d'un échantillon assez restreint; on sent donc une certaine prudence chez le journaliste.</p>

			<p>said last week.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monday's poll showed that the Liberal vote has dropped to just 5 per cent while the PCs have surged to 45 per cent, just ahead of Wildrose at 41 per cent. <p>"Clearly, people are choosing sides in Calgary - it's either Wildrose or PC," said pollster Bruce Cameron, president of Return on Insight, which produced Monday's poll with a relatively small sample of 800 people.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edmonton is just as closely fought - Mr. Cameron's poll showed Wildrose in the lead there - because Liberal and NDP support has remained strong in the city, the province's centrist enclave. - PC campaign staff believe they're seeing a shift in Calgary, but Wildrose Senate candidate and party stalwart Vitor Marciano said the poll's results are off - both in Edmonton, where it showed them leading, and in Calgary, where they were four points behind. - Mr. Cameron, the pollster, said the rural numbers for Wildrose are in "sweep territory," meaning little more than a respectable showing in the two major cities would hand Ms. Smith a majority. The key to a PC comeback, he said, will be whether Calgary's Liberal collapse plays out and whether something similar happens in Edmonton. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	
75	17/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : André Picard</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Firestorm over Wildrose's health-care policy pits myths against reality</p> <p>Page de référence : A3</p>	<p>Chapeau : Danielle Smith, leader of the Alberta Wildrose Party (and, if the polls are to be believed, the premier-to-be), said that if her party forms the next government on April 23, it will allow a mix of public and private health-care delivery.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voir dans le chapeau ci-dessus. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dès les premiers mots de l'article, référence directe aux sondages et mention sans nuance de l'avance de Danielle Smith.
76	17/04	<p>Journal : Calgary Sun</p>	<p>Chapeau : Launching the last week of campaigning, Premier Alison Redford warned Monday against electing a minority government.</p>	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référence aux sondages de façon générale.

	<p>Auteur : Bill Kaufmann</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Alberta will suffer under minority government, warns Redford</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - As polls showed Redford's ruling Tories trailing the Wildrose — some of them suggesting a tightening race — the premier said a minority government would bring inertia to government. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	
77	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : PC legacy a political football</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Klein years in focus as ex-premier's wife takes Wildrose membership.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.
78	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Karen Kleiss</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Smith takes the reins as front-runner, poll reveals</p>	<p>Chapeau : A new poll suggests Wildrose Leader Danielle Smith is now positioned as the clear front-runner in the race to become Alberta's next premier. Since the writ was dropped three weeks ago, the Wildrose has siphoned support from all other parties and <u>dramatically increased its share</u> of the decided vote in both urban and rural areas.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Leger Marketing survey, commissioned by the Edmonton Journal and the Calgary Herald, suggests 42 per cent of decided voters will cast ballots for Wildrose, up from 33 per cent at the start of the campaign. The Progressive Conservatives have slipped to 36 per cent from 37 per cent during the same time. 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certainement l'article le plus intéressant à analyser sur la médiatisation d'un sondage pendant cette campagne électorale. - Tous les détails y sont, même les questions dans un encart. - La journaliste insiste clairement sur la victoire probable d'un gouvernement Wildrose tout en indiquant, par la voix d'un politologue, que certains

	<p>Page de référence : A1</p>	<p>- The Wildrose surge is occurring across the province, with its share of the decided vote rising to 33 per cent in Edmonton (up from 23 per cent), 43 per cent in Calgary (up from 35) and 49 per cent in rural Alberta (up from 41).</p> <p>- "The Wildrose has been very effective at getting their message out. They've really gone from unknown to first place," Leger vice-president Ian Large said. "We don't see upstart or very young parties be this successful very often."</p> <p>Nearly one in five voters remain undecided - 17.8 per cent - a number Large said is virtually unheard of this late in an election campaign. "They will carry the day if they come to the polls in good numbers. Everybody is expecting higher voter turnout," Large said. "This could make election day very, very interesting."</p> <p>- The poll shows more undecided voters are leaning toward Redford (20 per cent) than to Smith (14 per cent).</p> <p>- Support for the NDP was nearly 10 per cent, while the Alberta Liberals polled nine per cent and the Alberta Party about two per cent. In Edmonton, support among decided voters for the Liberals has slipped to about 13 per cent from 16; in Calgary, support was about nine per cent. Support in the rest of Alberta was six per cent. The NDP is holding steady in Edmonton, with 17 per cent of decided voters indicating they will vote for a New Democrat. Support for the party has slipped to about five per cent in Calgary (from eight per cent) and remained the same in the rest of Alberta at eight per cent.</p> <p>- Grant MacEwan University political scientist Chaldeans Mensah said the poll clearly shows Smith is consolidating her support, but the campaign is still unfolding and recent developments might undermine the Wildrose ascendancy.</p> <p>- On Sunday, Wildrose candidate Allan Hunsperger revealed he believes homosexuals will suffer for eternity in a "lake of fire." On Monday, Smith said she isn't convinced climate change is real. On Tuesday, it was revealed Wildrose candidate Ron Leech has said he believes he has an electoral advantage because he is white. "This is not the type of stuff that you want headed into the late stages of a campaign," Mensah said. "I think the recent developments have really blown everything up, it has reshaped the campaign, and brought in some of the weaknesses of the Wildrose."</p> <p>- The poll raises the possibility that Albertans could elect a minority government, leading to speculation about who would hold the balance of power.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <p>- The telephone survey of 1,200 eligible voters was taken between April 13 and April 16. The poll has a margin of error of plus or minus 2.8 percentage points, 19 times out of 20. The margin of error for regional breakdowns is slightly higher: 4.6 percentage points in Calgary and Edmonton and 5.7 percentage points in the rest of Alberta (au milieu de l'article).</p> <p>- Encart : A Leger Marketing poll released April 17 shows Wildrose leading among decided voters. With one week to go, the race between the PCs and Wildrose has narrowed in Edmonton and Calgary, but Wildrose is clearly dominating outside of the major cities. Q. If a provincial election were</p>	<p>événements récents peuvent venir changer la donne.</p> <p>- Les marges d'erreur sont très élevées dans les deux grandes villes de la province, là où se trouvent le plus de sièges.</p> <p>- Un lecteur a un éclairage juste de la situation avec ce texte, s'il en fait une lecture complète. Le titre, le chapeau et les premières lignes ne permettent toutefois pas de bien saisir le véritable sens de ce sondage.</p> <p>- Insiste-t-on suffisamment sur le nombre d'électeurs indécis ? Si les détails sur la méthodologie des sondages sont nombreux, en saisit-on vraiment le sens ?</p>
--	--	--	--

			held today, for which political party would you be most likely to vote? Would it be for ...? Among Decided Voters ? Percentage Danielle Smith's Wildrose Party 42 Alison Redford's Progressive Conservative Party of Alberta 36 Brian Mason's New Democratic Party 10 Raj Sherman's Liberal Party of Alberta 9 Glenn Taylor's Alberta Party 2 Larry Ashmore's EverGreen Party 0.3 Another party 1	
79	18/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : David Staples</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Taylor a good mix for Alberta Party; Strong, populist leader has respectful, informed viewpoint</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : In this election, the provincial leader who best meets that populist definition is Glenn Taylor of the newble Alberta Party. That makes Taylor, 49, worth a listen this week.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
80	18/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Darcy Henton</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Poll puts Smith, Redford in tie; Wildrose leader gaining popularity</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : With the provincial election just five days away, Wildrose Leader Danielle Smith has <u>dramatically increased her popularity</u> during the campaign, while support for Tory Leader Alison Redford has <u>declined</u>, says a new poll.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - But 41 per cent of the decided voters contacted in the telephone survey between last Friday and Monday say their opinion of Smith has improved during the campaign, compared to 20 per cent for Redford. Meanwhile, 36 per cent say their opinion of Redford worsened, compared to 24 per cent for Smith. The majority of voters thought their opinions of NDP's Brian Mason, Liberal's Raj Sherman and Alberta Party's Glenn Taylor largely stayed the same. "Danielle Smith has been very effective in the campaign at changing voters' impressions of her," said Leger vice-president Ian Large. "Four in 10 now have a more favourable opinion of her than they did at the beginning of the campaign." Large said Smith has made "a huge gain" in her support for being premier, surging from just 14 per cent to 34 per cent while Redford sagged slightly to 31 per</p>	<p>Commentaires : - Emploi de « Danielle Smith has dramatically increased her popularity ». - Tous les détails relativement au sondage sont présents, mais manquent de contextualisation. - Mention que ces sondages ont été réalisés avant les controverses du Wildrose.</p>

			<p>cent. Seven per cent thought Mason and Sherman would be best premier.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Most of the polling occurred April 13 to 16, prior to Wildrose controversies over revelations of anti-gay comments by an Edmonton candidate and Smith saying she didn't believe scientific findings on climate change are conclusive. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Leger Marketing poll of 1,200 eligible voters - commissioned by the Calgary Herald and Edmonton Journal - has both party leaders in a statistical dead heat when it comes to the question of which would be the best premier, with Smith at 34 per cent and Redford at 31 per cent. - The poll has a maximum margin of error of plus or minus 2.8 percentage points, 19 times out of 20, while the regional findings are higher. 	
81	18/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Candidate attributes edge to being white</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The controversial views of Wildrose candidates continued to be a major distraction for leader Danielle Smith on Tuesday, after one of her Calgary-based nominees found himself in hot water for comments that suggested his chances of victory were better than his non-white rivals. <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.
82	18/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : James Wood</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Leaders clash over future vision; Redford calls Wildrose isolationist; Smith sees Alberta</p>	<p>Chapeau :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tory Leader Alison Redford is accusing the Wildrose Party of having a vision of a "small Alberta" that would cut the province off from the rest of Canada if it wins the April 23 election. But Wildrose Leader Danielle Smith said she sees Alberta as an "energy superpower" that can also find common ground with other parts of the country. <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.

	as 'energy superpower'			
83	18/04	Journal : The Globe and Mail Auteur : Carrie Tait et Josh Wingrove Type : Article de nouvelle Titre : Calgary becomes ground zero for seismic political shift Page de référence : A7	Chapeau : Progressive Conservative and Wildrose parties target swing ridings in city that could help pave way to victory in provincial election Phrases-clés relativement aux sondages : - As Calgary's politics shift, swing ridings and tight races are popping up across the city - <u>as most (but not all) polls</u> show Wildrose ahead in Calgary and threatening once-safe PC seats, and the PCs fighting back while turning to Liberal seats. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale, mais très directe.
84	18/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Dave Dörner Type : Article de nouvelle Titre : More controversy for Wildrose campaign after racially charged comments Page de référence : N/A	Chapeau : The spectre of race entered the provincial campaign Monday, forcing Wildrose leader Danielle Smith to defend controversial comments by a Calgary candidate. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
85	18/04	Journal : Calgary Sun	Chapeau : This is not what the Wildrose wanted in the homestretch, several points up in the ballot battle at last count.	Commentaires : - Référence très subtile aux sondages.

	<p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Wildrosier trips on own tongue</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
86	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Jackie L. Larson</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Alberta's NDP tout's women candidates</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : While other party leaders — female ones — show the province has come a long way to overcome the gender gap, Alberta's NDP takes the lead in fielding female candidates, with the most female candidates of any party.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
87	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Trish Audette</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : PCs fail to release list of donors; Tories promised to provide financial details during election</p>	<p>Chapeau : - Despite an early pledge to regularly update voters on who is funding their re-election campaign, the Progressive Conservatives have not released any information about the financial backers of Allison Redford's bid to return to the premier's office.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		Page de référence : A1		
88	19/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Sheila Pratt Type : Article de nouvelle Titre : Civil servants a little on edge; Workers worry massive changes imminent if Wildrose wins Page de référence : A1	Chapeau : No matter which party wins Monday's election, there's bound to be change in the ranks of the civil service - deputy ministers shuffled, bureaucrats transferred, positions eliminated, new people hired. Phrases-clés relativement aux sondages : - The prospect of a Wildrose victory - the first change in government in 41 years [...] - [...] causes more uncertainty, raising the prospect of wholesale change in a bureaucracy that has worked under the Conservative party for decades. "Everybody's pretty worried," said one front-line worker, who declined to be identified for fear of losing her job. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Référence indirecte à une victoire probable du Wildrose à la lumière des sondages. - Article sur la peur de l'issue de l'élection pour les fonctionnaires si le Wildrose devait gagner.
89	19/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Kent Gordon Type : Article de nouvelle Titre : Mayor slams Wildrose candidates' comments; Remarks about race, gays could damage Alberta, Mandel warns Page de référence : A5	Chapeau : Mayor Stephen Mandel called on Wildrose Leader Danielle Smith Wednesday to "clearly refute" comments her party's candidates made about race and homosexuality. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
90	19/04	Journal :	Chapeau :	Commentaires :

	Edmonton Journal Auteur : Paula Simons Type : Éditorial Titre : Viral video attracts eyeballs and anger; Online ad implores voters to hold noses and back Tories Page de référence : A5	The first thing the creator of the viral video campaign I Never Thought I'd Vote PC wants you to know is, she and her friends are not Progressive Conservatives. Phrases-clés relativement aux sondages : - "We are not PC people," says Aviva Zimmerman, 27, a documentary filmmaker, stage director and social activist. "We're just a group of young people, all under 30, living in Calgary, really getting scared about the Wildrose party." Zimmerman believes many voters are confused about how to respond to the Wildrose, which seems poised to topple the tired Tory dynasty. - Strategic voting is always contentious, of course. Plenty of people would argue that it's always more honest, more legitimate, to vote for a party, and for something you believe in, than to cast a negative vote in an effort to stop a result you don't want. And voting strategically can be a mug's game. Many races in this election, especially in Edmonton, are true four-or-five way races. It's not always easy to judge, from polls or lawn signs, which candidate is actually the best strategic choice. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	- Les sondages qui démontrent l'avance du Wildrose conduisent des gens à voter stratégiquement et à faire la promotion du vote stratégique sur les médias sociaux.
91	19/04 Journal : Edmonton Journal Auteur : Keith Gerein et Darcy Henton Type : Article de nouvelle Titre : Party candidates pitch policies to rural community residents; Redford claims Wildrose may cut agency Page de référence : A6	Chapeau : With polls showing Tory support plummeting in their traditional bastion of rural Alberta, leaders of the front-running Wildrose and Progressive Conservative par-ties heightened their pitches to farmers and rural communities Wednesday. Phrases-clés relativement aux sondages : - Voir ci-dessus (dans le chapeau). Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Article qui commence avec la mention que les Progressistes-Conservateurs chutent dans les sondages.
92	19/04 Journal : Edmonton Journal	Chapeau : The Wildrose party would win a healthy majority government with 50 to 60 seats based on the results of the latest public opinion poll, says an analyst renowned	Commentaires : - Une consultante en matière d'opinion publique souligne ses

	<p>Auteur : James Wood</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Majority could be in the cards; Big Wildrose victory possible, but not yet definite, analyst says</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>for the accuracy of her seat projections.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - But Janet Brown, a public opinion research consultant, said her prediction comes with a big caveat. The model she uses to do seat projections shows half the province's 87 ridings have a margin of victory of less than 10 per cent. "At this point, <u>unexpected events</u> can have a <u>big impact</u> and the <u>get-out-the-vote efforts</u> of individual parties could have a <u>big impact</u>," Brown said in an interview Wednesday. "So I'm sort of prepared to say that it looks like it's going to be a Wildrose majority, but I'm not necessarily prepared to say it's definitely going to be a Wildrose majority." - The Leger Marketing poll, commissioned by the Edmonton Journal and Calgary Herald, shows Wildrose with 42-per-cent support among decided voters, while the Progressive Conservatives are at 36 per cent. The survey shows 10-per-cent support for the NDP, nine per cent for the Liberals and two per cent for the Alberta Party. Brown's seat projection ranges would indicate a fundamental reshaping of Alberta politics. - The Tories - in power since 1971 - would be reduced to somewhere between 23 and 33 seats. The Liberals, the official Opposition in the last legislature, face the possibility of being wiped out with a range of zero to three seats. The NDP stand to win some-where between two and five ridings. - Brown, who accurately predicted the 72-seat Tory win in 2008 and was a couple seats off in 2004, said she's less confident in her forecasts this time around because the provincial political scene is "a whole different kettle of fish" compared to the years of the Tory dynasty. - An email sent to Tory sup-porters from the PC campaign said the Leger poll was good news for the Tories because of the tightness of the race, especially in Edmonton and Calgary, and the large number of undecided voters still left in the latter days of the campaign. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Leger telephone survey of 1,200 was conducted between April 13 and 16. It has a margin of error of plus or minus 2.8 percentage points 19 times out of 20. The timing means some respondents would have been aware of the furor over an Edmonton Wildrose candidate's anti-gay blog. But the polling was completed before Calgary-Greenway candidate Ron Leech landed in hot water after saying he had an advantage because he was Caucasian. 	<p>prévisions à la lumière d'un sondage et démontre combien il faut être prudent.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référence au Parti progressiste-conservateur qui tente de revigorer ses troupes à la lumière des sondages. - Référence également aux controverses du Wildrose et de l'influence que cela peut avoir sur le résultat des sondages et du vote. - Répétition des éléments méthodologiques du sondage de la veille.
93	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Graham Thomson</p>	<p>Chapeau : So, the Wildrose finally had its "bozo eruptions" this week, moments when a candidate said something controversial that exposed the party to scrutiny, outrage and ridicule.</p>	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.

		<p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Smith mishandles 'bozo eruptions'; Wildrose controversies provide glimpse of our potential future</p> <p>Page de référence : 318, A25</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
94	19/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Michael Adams et Tony Coulson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : So happy, yet oh so restless in Alberta</p> <p>Page de référence : A23</p>	<p>Chapeau : After 41 years of Progressive Conservative government, Albertans appear to be in the midst of a political shakeup. The polls show a more competitive election than most would have expected even a few months ago.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - If Albertans are mostly happy with how things are going and are not itching to slash government, why the current poll numbers? One explanation may be a desire for more efficient, rather than less, government.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence aux sondages de façon générale pour démontrer que la course est serrée.</p>
95	19/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose gaffes rile mayors</p>	<p>Chapeau : The mayors of Alberta's two major cities have waded into the provincial election campaign, saying the remarks of some candidates hurt their cities' images.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		Page de référence : A6		
96	19/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Lisa Mrazek Type : Article de nouvelle Titre : Redford paints Wild Rose as agriculture's enemy Page de référence : N/A	Chapeau : Premier Alison Redford is reaffirming the PC commitment to move Alberta's agriculture forward, while saying that Danielle Smith and the Wildrose Party will take the industry back. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
97	19/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Michael Platt Type : Éditorial Titre : Alberta principal uses school newsletter to bash Wildrose Page de référence : N/A	Chapeau : Principal Ted Thorne can at least take comfort knowing he's added a brand new 'R' to the traditional trio of reading, writing and arithmetic. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
98	19/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Lorne Gunter Type :	Chapeau : Leger Marketing, a large national polling firm, released a survey Tuesday of voter intentions in the upcoming provincial election. Phrases-clés relativement aux sondages : - There is nothing particularly remarkable in the results. Leger has the Wildrose party in the low to mid-40s and the Tories in the low to mid-30s. The Liberal and	Commentaires : - Sondage, selon l'auteur, qui démontre clairement que l'Alberta votera pour un gouvernement majoritaire du Wildrose. - Référence au vote stratégique. - Critique dans l'article qu'Alison

	<p>Éditorial</p> <p>Titre : Calgary Liberals stampede to Tories</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>NDP dim bulbs are getting dimmer by the day. These numbers are similar to those released in the last week by the other three major polling firms monitoring the Alberta election, including Abacus Data on behalf of Sun News Network.</p> <p>- But that's what's significant. Until now, Leger's numbers had diverged from Abacus's and the others'. Until now, Leger had the Tories and Wildrose in a statistical dead heat. Leger was the one pollster showing the Tories still with a chance to win. The fact that all four firms are now in rough agreement – despite using different samples and canvassing techniques – gives credibility to a single overall trend: Alberta is headed toward a Wildrose government, likely a majority Wildrose government. Leger now shows Wildrose at 42% support, up from 33% when the campaign began. Tory support has slipped slightly from 37% to 36%.</p> <p>- The Tories appear to be gaining support on the left – a feature identified in last week's Sun Media/Abacus survey, too. This is especially true in Calgary where Liberals appear to be abandoning their party for the very liberal Tories of Alison Redford. Calgary Liberals, it would seem, either fear a Wildrose government – so are planning to vote strategically for the Tories to prevent Danielle Smith and her party from winning – or they sense in Redford a like-minded individual they are comfortable with.</p> <p>- What Leger and the other pollsters have not captured yet is the fallout – if any – from Wildrose's "bozo eruptions" this week – a pastor/candidate in Edmonton who said gays will burn in hell and a pastor/candidate in Calgary who said he would be the best choice for his riding because he is a Caucasian. Fear of Wildrose's unreadiness remains the party's Achilles heel. Only the Sun News-Abacus poll due Saturday is likely to show whether these incidents have dented Wildrose's lead.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Redford est beaucoup trop progressiste, ce qui explique qu'elle attire les partisans libéraux.</p> <p>- Inquiétude quant au fait que les sondages n'aient pas encore mesuré l'impact des commentaires controversés de candidats du Wildrose.</p> <p>- Peu de détails sur la méthodologie du sondage en question (repris d'un autre média).</p>
99	<p>19/04</p> <p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Bell: Smith wants focus on issues</p> <p>Page de référence :</p>	<p>Chapeau : She is aware her party has to get back on their game. Now.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Poll numbers tighten. More than a few Liberal and NDP supporters, who until recently saw the Tories as nasty incarnate, rally to try and save Redford.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence très rapide aux sondages comme quoi l'état se resserre sur le Wildrose ainsi qu'une allusion subtile au vote stratégique.</p>

	N/A		
100 19/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Bill Kaufmann</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Smith vows short stint, financial audit as premier</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Wildrose leader Danielle Smith vowed to serve no more than two terms as premier but would pursue a forensic audit of the province's finances in that time.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
101 20/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Trish Audette et Sheila Pratt</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Strategic voting in the cards; Opposition leaders spooked if supporters back Conservatives</p> <p>Page de référence : A1</p>	<p>Chapeau : With just three days until Monday's vote, many Edmontonians may be caught in a dilemma – do they vote Progressive Conservative for the first time to stave off a Wildrose victory, or do they vote for the opposition party they have traditionally supported?</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - The strategic voting factor is looming so large in so many minds it seems to have spooked opposition leaders, who have much to lose if their voters abandon them for the Conservatives. Liberal Leader Raj Sherman, NDP Leader Brian Mason and Alberta Party Leader Glenn Taylor all started warning Albertans this week not to vote negatively but rather positively – for the candidate who best represents their values. - The Liberal base, about 25 per cent of the 2008 popular vote, is vote-rich territory for the Tories looking for a bulwark against the Wildrose. There are signs that base, in Edmonton, is slipping: In the capital, the Liberals were down to 13 per cent in a recent Edmonton Journal-Calgary Herald poll. The New Democrats polled at 17 per cent of decided voters. The Wildrose and Tories were polling at 33 and 35 per cent in Edmonton, respectively. - But even their efforts are being side-swiped by strategic voting aimed at staving off the Wildrose, organizer Alvin Finkel said. Combined support for the traditional left-of-centre parties appears to be shrinking in the polls compared to ballots cast in 2008. That's surely a sign of Liberals deciding to vote Conservative, Finkel said, a trend that undercuts his group's efforts to elect</p>	<p>Commentaires : - Article intéressant sur l'effet qu'a la médiatisation des sondages d'une part (vote stratégique) et de ce que cette même médiatisation entraîne comme suite dans les médias d'autre part. À ce stade-ci, la notion de vote stratégique va très loin.</p>

			progressive candidates. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	
102	20/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Keith Gerein Type : Article de nouvelle Titre : Defectors may get cold shoulder; Tory MLAs thinking of crossing the floor not necessarily welcome, Wildrose leader says Page de référence : A4	Chapeau : With polls showing a significant possibility of a minority government following the April 23 election, speculation has begun on whether some newly elected MLAs might cross the floor to either the Wildrose party or the Progressive Conservatives. Phrases-clés relativement aux sondages : - To the south in Battle River-Wainwright, candidate Doug Griffiths said the story sounds like a "trial balloon" being floated by Smith in case she winds up in a minority government. "With her poll numbers going down, I think maybe she's getting desperate," he said. "I don't know any of my PC colleagues who would consider that. There is strong dislike for the Wildrose tactics." Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - À la lumière des sondages, les prévisions d'un gouvernement minoritaire du Wildrose s'accroissent et les spéculations s'emballent. - Un candidat fait référence aux sondages pour critiquer le Wildrose. - Tout s'articule sur les sondages en ces derniers jours de campagne.
103	20/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Jodie Sinnema Type : Article de nouvelle Titre : ER doctors warn health-care concerns oversimplified Page de référence : A4	Chapeau : Representatives of Alberta's emergency doctors say various political parties have oversimplified concerns about health care. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
104	20/04	Journal : Edmonton Journal	Chapeau : Excluded from last week's televised debate, Glenn Taylor relied on ingenuity to	Commentaires : - Référence de plus en plus

		<p>Auteur : Marty Klinenberg</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Taylor hopes to lead Alberta Party out of wilderness</p> <p>Page de référence : A4</p>	<p>promote the fledgling Alberta Party. Instead of fretting from the wings, he answered questions posed to other party leaders in real time online, and has since posted a video of his responses on YouTube.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formed two years ago by disgruntled red Tories and unhappy Liberals, the organization is polling in the single digits in its first foray into provincial politics. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>présente aux sondages sans qu'il y ait de preuves à l'appui, comme si leurs résultats étaient maintenant une chose certaine.</p>
105	20/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : David Staples</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : In praise of a minority; PC, Wildrose stalemate could lead to truly progressive change</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : What Albertans learned in April 2012: That there is no one Alberta people. We are divided. We are not one. We are certainly not a herd. And, deep down, we don't agree on much. This spring's fierce election campaign has brought out the fractures of the province.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The fault lines will define the vote in Edmonton. <u>The two parties leading in the polls</u>, Alison Redford's Progressive Conservatives and Danielle Smith's Wildrose, don't agree on much. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encore ici, référence sans appui aux sondages.
106	20/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Trish Audette</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Sherman urges Albertans to</p>	<p>Chapeau : Alberta Liberal Leader Raj Sherman urged Albertans to "wake up" Thursday and "free" themselves by voting for his party rather than trying to <u>strategically</u> vote for the Tories to hold off a Wildrose majority government.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - With Monday's vote looming and the Liberals' support <u>crashing in opinion polls</u>, Sherman's speech seemed to be a straight plea to Albertans. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p>	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encore ici, référence sans appui aux sondages. - Emploi de l'expression « crashing in opinion polls ».

		'wake up' Page de référence : A5	- N/A	
107	20/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Keith Gerein Type : Article de nouvelle Titre : Wildrose leader rips PCs over energy policy Page de référence : A6	Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith returned to the theme of energy Thursday, choosing a spot overlooking the Strathcona refineries to blast the Tory government for policies she says have endangered Alberta's most essential industry. Phrases-clés relativement aux sondages : - Also Thursday, Smith took a question on the online video campaign called I Never Thought I'd Vote PC. The campaign was created by a group of young people in Calgary who say they are voting strategically for the PCs out of fear of electing Wildrose candidates with controversial social views. "The state we're in today has been caused by a 41-year-old PC government that is out of touch, so I can't imagine any-one is going to be compelled by the argument that the solution is to give them another majority government," Smith said. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Référence indirecte aux sondages en mentionnant une question liée au vote stratégique.
108	20/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Karen Kleis Type : Article de nouvelle Titre : Debate crowd heckles Smith; Wildrose leader takes flak on climate change stance Page de référence : A6	Chapeau : A live audience heckled and booed Wildrose Leader Danielle Smith at a leader's debate Thursday after she said she isn't convinced that climate change is real. Smith, the front-runner in the race to become Alberta's next premier, was poised and unflappable despite the deafening jeers from the crowd. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Mention que Danielle Smith est la « front runner in the race ».
109	20/04	Journal : Edmonton Journal	Chapeau : After days of rebuking how the would-be Wildrose premier handled firebrand	Commentaires : - Le journaliste indique que la lutte

		<p>Auteur : Jason Markusoff</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Firebrand comments upset Calgary mayor; Naheed Nenshi wants action from Wildrose leader</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>comments by her would-be MLAs, Mayor Naheed Nenshi said he'll wait to see what Danielle Smith says in a speech today before laying down his rhetorical rapier about her leadership skills.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - This speech would try to turn around a trend apparently building with three days left in the campaign: recent polls that show the race tightening in Calgary and the Tories making a late-game surge. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>devient de plus en plus serrée dans les sondages et que les Progressistes-Conservateurs reprennent du mieux, sans toutefois donner plus de détails.</p>
110	20/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Jeffrey Simpson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Nothing's rosy for climate if Wildrose wins</p> <p>Page de référence : A15</p>	<p>Chapeau :</p> <p>Seventy-seven years ago, in 1935, Alberta elected a government with a unique take on economics. Within a short time, this take and the Social Credit government that promoted it received widespread and mocking attention across the country and, to some extent, outside Canada. On Monday, Alberta history could repeat itself, in the sense that the Wildrose Party might be elected on a platform of debunking the science of climate change accepted by governments almost everywhere - just as William Aberhart's government stood out as the only one in the world in the 1930s that believed in social credit monetary theories.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune référence aux sondages.
111	20/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : The Globe and Mail</p> <p>Type : Éditorial</p>	<p>Chapeau :</p> <p>After four decades in power, their traditional base fractured by defections on the right, Alberta's governing Progressive Conservative Conservatives suddenly find themselves underdogs in Monday's election, trailing the Wildrose Party. There is a mood for change in Alberta.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - This is the party (Wildrose) that failed to elect a single MLA in the 2008 election. Now, polls suggest it will form the next government. So 	<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référence partielle aux sondages de façon générale. - Éditorial en appui aux Progressistes-Conservateurs : « The Conservatives have ruled for a very long time, but they have a new leader and are the party that speaks for the best kind of change.

	<p>Titre : Time for big Alberta</p> <p>Page de référence : A14</p>	<p>what, then, is behind its rise? Some of it may relate to its adoption of "Alberta first" or "firewall" rhetoric. Despite Alberta's enormous, and growing, economic might in Canada, and its considerable political influence nationally - with a Conservative government led by a Calgary MP - Wildrose has still found fertile ground with the insular little Alberta narrative.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>It is time for a big Alberta on the national stage. »</p>
112 20/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : 'Winds of change blowing' in rural Alberta</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : Outside of the major cities, Alberta's elections are typically a coronation. Turnout is often low in rural Alberta because it's presumed the Progressive Conservatives will win by a landslide. And they do. However, the runaway poll strength of Wildrose in rural ridings means the PCs are seen as the underdogs in this election campaign.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Polls have a hard time capturing such ridings, because issues vary wildly from one to another (and tend to be hyper-local), they have low populations, and incumbents tend to have strong personal ties. - This time, 43 of 87 total seats lie outside Edmonton and Calgary. About 30 would be considered rural, and Wildrose is stronger in some than others.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Indication comme quoi les sondeurs ont de la difficulté à bien cerner les intentions de vote dans les zones rurales. - Dans ce contexte, davantage de prudence ne devrait-il pas s'imposer ?</p>
113 20/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Jackie L. Larson</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Redford wants Wildrose apology</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : The boss of Alberta's Progressive Conservatives is standing by her Calgary-Currie candidate who was critically called out by the Wildrose Party Wednesday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - A Calgary Sun poll from April 17 indicated 88% of over 2,000 respondents believed controversial comments by candidates would derail a Wildrose election victory.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence à un sondage réalisé par le journal, sans détails relativement à la méthodologie.</p>

114	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Graham Thomson</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : <u>Horse race goes down to the wire</u>: Vote could be a photo finish for first time in 20 years</p> <p>Page de référence : A1</p>	<p>Chapeau : Alberta, look out, it's going to get rough. For the next three days, expect to be poked, prodded, pushed, shoved and squeezed - politically speaking.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - The Alberta election campaign is heading down the home stretch and it appears to be a two-horse race with the Wildrose out in front of the Progressive Conservatives by a head or maybe a nose - it all depends on which public opinion poll you look at. - Public opinion polls might indicate Liberals, New Democrats and the Alberta Party are running far behind in the provincial race - but in many Edmonton ridings they're thundering to the finish line in three-way or four-way lo-cal contests. There are so many potential horse races in Edmonton we should move the election to Northlands Park. - If they survive election night. The Liberals are fighting for their electoral life, according to several polls that indicate the party could be wiped out on Monday, and Liberal Leader Raj Sherman appears to be growing increasingly frustrated with that prospect as he ups his rhetoric against the PCs and Wildrose. - The same polls that are nailing the coffin on the Liberals are predicting a resurrection of sorts for the NDP that could double its number of seats to four. - And based on the uncertain polls and nervous politicians, this time your vote really will make a difference (dernière phrase de l'éditorial).</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Nombreuses références à des sondages de façon générale, du <i>horse race</i>, de la fin probable d'un parti et de la montée d'un autre, etc. - Très peu de détails sur les sondages dont il s'agit. - Dernière phrase intéressante en ce qu'elle reconnaît que les sondages sont incertains.</p>
115	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Paula Simons</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : Divided left wasted glorious opportunity</p> <p>Page de référence : 238, A5</p>	<p>Chapeau : For decades now, progressives in this province, those on the centre-left, have been agitating for regime change in Alberta.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Every poll suggests the people of Alberta may in-deed be about to rise up against Progressive Conservative rule and take a chance on a brand new party. - Much of the credit goes to Danielle Smith and her brilliant election machine.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Article faisant l'éloge de la machine électorale du Wildrose à la lumière de TOUS les sondages.</p>

116	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Nicki Thomas</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Chiefs slam Redford for missing meeting</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : Nearing the end of a campaign that has seen little engagement on aboriginal issues, Treaty 6 chiefs slammed Progressive Conservative Leader Alison Redford, the only no-show to a day of meetings with party leaders.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
117	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Trish Audette</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Imagine Morton leading opposition</p> <p>Page de référence : A9</p>	<p>Chapeau : A new website designed by the Alberta Liberals imagines what a "Ted Morton opposition" would look like if Albertans vote strategically for the Progressive Conservatives to hold off a Wildrose majority government.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - The website is the Liberals' latest pitch to remind voters of what they see as similarities between the two right-of-centre parties in the face of collapsing support among decided voters, according to recent public opinion polls.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Mention des sondages à nouveau sans trop de précisions, mais notons qu'ici, c'est le Parti libéral qui prend des initiatives à la lumière des sondages.</p>
118	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre :</p>	<p>Chapeau : On the same day Wildrose Leader Danielle Smith launched an emphatic defence of controversial candidate Ron Leech - insisting he and other Wildrose nominees were victims of character assassination - another re-cording has surfaced of Leech claiming an advantage over his non-white campaign rivals.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>Pastor back on the hot seat: Smith defends Leech again for Caucasian 'advantage' comment</p> <p>Page de référence : A9</p>	<p>- N/A</p>	
119	21/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Marty Klinenberg</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Campaigns gripe, voters grouse approaching finish line</p> <p>Page de référence : A9</p>	<p>Chapeau : Fingers are pointing in all directions and accusations over dirty tricks are flying as Alberta's frantic election campaign wheels into its final weekend.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Lagging in the polls, the Liberals denounced the New Democrats for staffing campaign offices with volunteers who are being reimbursed by labour unions.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Était-ce vraiment nécessaire de faire cette référence aux sondages ? - De plus en plus de références au recul du Parti libéral dans les sondages, sans contexte, sans précision, sans détail.</p>
120	21/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Jeffrey Simpson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : A Wildrose win would be felt across the country</p> <p>Page de référence : F9</p>	<p>Chapeau : Four different parties have governed Alberta since it joined Canada as a province in 1905. The Wildrose Party has a shot at becoming the fifth on Monday.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
121	21/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p>	<p>Chapeau : Former premier's doctrine to listen to all members of caucus seems to be</p>	<p>Commentaires : - Référence ici aux sondages de</p>

		<p>Auteur : Gary Mason</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Alberta Tories miss Lougheed's inclusive approach</p> <p>Page de référence : A13</p>	<p>forgotten.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Polls would indicate the Tories are heading to defeat at the hands of Wildrose, a political entity born of the disenchantment felt by those on the conservative wing of the province's long-time governing party. If it happens, political historians will be examining the entrails of the cataclysmic shift in Alberta politics for years to come.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>façon générale.</p>
122	21/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Kathy Mueller</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose leader Danielle Smith fights back</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : With opponents hammering the Wildrose over candidate comments seen as boorish and intolerant, leader Danielle Smith fought back Friday insisting a Wildrose government will not suffer bigots.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Smith, buoyed by strong showings in recent polls, said she plans to be Alberta's first elected premier and claims the PCs are out-of-touch with the electorate.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Cet article fait mention que Danielle Smith jouit d'un large appui dans les sondages, sans plus de détails.</p>
123	21/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : John Robson</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Alberta voters change suits, but not politics</p>	<p>Chapeau : On Monday, Albertans will go to the polls to change political dynasties. But it won't matter much because in Alberta voters don't leave parties. Instead, parties leave voters. Albertans know what they want, stick to it, and only change policies in order not to change policies.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - [...] they are likely to be sent away by the latest most conservative party in Canada.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence que très subtile aux sondages, mais les mots sont fort évocateurs de ce que croit l'éditorialiste.</p>

		Page de référence : N/A		
124	22/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Keith Gerein Type : Article de nouvelle Titre : Still punching in last 'round'; Wildrose pays last visit to key local ridings Page de référence : A5	Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith acknowledged Saturday her party has taken some "body blows" in the second half of the provincial election race, but said her party is still in good position to claim victory Monday night. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
125	22/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Marty Klinkenberg Type : Article de nouvelle Titre : Chow revs up Mason's campaign Page de référence : A6	Chapeau : With an orange Brian Mason button pinned to her lapel, Olivia Chow chatted up shoppers in the Italian Centre in Edmonton Saturday, sneaking up on them as they waited for Sopressata and sheep feta at the deli counter. Phrases-clés relativement aux sondages : - Mason said he has received a much warmer response than in any other election, including promises of support from even a few longtime Tories. But he is concerned about <u>strategic voting</u> on Monday. Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence directe aux sondages, sinon la notion du vote stratégique.
126	22/04	Journal : Edmonton Journal Auteur : Mariam Ibrahim	Chapeau : Liberal Leader Raj Sherman drew attention Saturday to the broken promises made by his political adversaries. Using the Alberta Liberal Party office in Edmonton as a backdrop, Sherman pointed to the track records of both of Alberta's conservative parties, saying they can't be trusted.	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.

		<p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Sherman capitalizes on Tory broken promises</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
127	22/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Darcy Henton et Callynn Klingbeil</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Redford has fun even under pressure; Leader confident of PC chances despite Wildrose gains</p> <p>Page de référence : A6</p>	<p>Chapeau : Are we having fun yet? With just two days left in a 28-day campaign, Progressive Conservative Leader Alison Redford faces the possibility of losing her party's 41-year grasp on power, but the pressure doesn't seem to bother her. She says she is having fun.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Despite polls suggesting the likelihood of either a Wildrose majority or minority and a particularly nasty campaign filled with personal attacks, Redford says she wouldn't have missed it for the world.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Phrase faisant référence aux sondages de façon générale dès le début de l'article.</p>
128	22/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Karen Kleiss</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Province's voters poised to sway how oilsands products</p>	<p>Chapeau : Alberta's political parties have very different ideas about how the province should develop, manage and export oilsands products. From increased bitumen upgrading to a pan-Canadian energy strategy, the leaders have put forward a host of ideas about how Albertans can best develop the province's most valuable resource.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Wildrose Leader Danielle Smith, front-runner in the race to become Alberta's next premier, released her party's energy platform last May.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence directe aux sondages, sinon d'écrire que Danielle Smith est la « front runner in the race ».</p>

		are managed	- N/A	
		Page de référence : A6		
129	22/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Ezra Levant Type : Éditorial Titre : The Undertaker Page de référence : N/A	Chapeau : Monday is a once-in-a-lifetime election in Alberta — literally. You'd have to be 63 to be old enough to have voted in the last Alberta election that the PCs didn't win. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
130	22/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Warren Kinsella Type : Éditorial Titre : Smith about to graduate from kook to fool Page de référence : N/A	Chapeau : Stephen Harper is no fool. For a decade, he looked on as Jean Chretien rubbed the right's face in the political dirt. Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A Détails techniques relativement aux sondages : - N/A	Commentaires : - Aucune référence aux sondages.
131	22/04	Journal : Calgary Sun Auteur : Kathy Mueller	Chapeau : Wildrose Leader Danielle Smith says after nearly a month of campaigning, she has no regrets heading into Monday's provincial election. Phrases-clés relativement aux sondages : - Recent polls suggest Smith and the Wildrose are still going strong heading	Commentaires : - Référence forte à des sondages, sans précision. - Le Calgary Sun a, de façon évidente, tendance à soutenir le Wildrose selon ce qu'indiquent les

		<p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose leader: No regrets</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>into Monday's vote with a fairly strong lead over the incumbent PCs, but Smith said the most important poll result is the outcome of Monday's election.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	sondages alors que les autres médias sont plus prudents.
132	22/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Rick Bell</p> <p>Type : Éditorial</p> <p>Titre : Redford sees momentum</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Here we are, two sleeps before the vote. Premier Redford is here, too, in the deep south of Calgary, where past Tory hopefuls could sleepwalk to victory and often did.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Redford, riding high in the polls early in the new year, has seen her party's numbers slide in the past several weeks.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Référence au recul du parti d'Alison Redford dans les sondages, sans précision.</p>
133	23/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p> <p>Auteur : Keith Gerein</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Wildrose tops PCs in campaign donations</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : While the votes have yet to be counted in the Alberta election, the Wildrose party appears to have bested the Progressive Conservatives in at least one campaign battle: Danielle Smith's party announced Sunday it has raked in nearly \$2.4 million in do-nations during the four-week race, while Alison Redford's rival Tories claimed a total of \$1.8 million over the first 3-1/2 weeks</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
134	23/04	<p>Journal : Edmonton Journal</p>	<p>Chapeau : Leaders of Alberta's political parties will continue to campaign and meet with</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

		<p>supporters on Monday as Albertans head to the polls.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	
135	23/04	<p>Auteur : Karen Kleiss</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Where the party leaders will be</p> <p>Page de référence : A5</p>	<p>Chapeau : Alberta's political leaders were rallying supporters Sunday for the last big push before today's election, when Albertans will decide whether to re-elect the long-ruling Progressive Conservatives or opt for a new government in the front-running Wildrose party.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Pollsters and politicians say nothing is guaranteed. "A high undecided, combined with a high voter turnout, suggests that nobody can be certain of what the outcome is going to be," said pollster Ian Leger of Leger Marketing. "There is the possibility for those big blocks of undecided voters to step up and change the outcome. We know in many of the races, both (in Edmonton) and Calgary, that the races could be down to a few hundred votes. So that undecided vote could sway the outcome enormously."</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Commentaires : - Assez étonnant de voir qu'il y ait autant d'emphasis sur l'incertitude de l'issue de l'élection alors que les jours précédents, tout semblait plutôt clair. - L'importance des électeurs indécis demeure sensiblement forte et pourtant, l'enjeu a été très peu abordé pendant la durée de la campagne électorale.</p>
136	23/04	<p>Journal : The Globe and Mail</p> <p>Auteur : Carrie Tait et Josh Wingrove</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : As new Calgarians are rolled</p>	<p>Chapeau : Albertans head to the polls Monday for an election that will largely be won or lost in Calgary, where voters will decide what brand of conservatism they want: Wildrose or Progressive Conservative.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>

	into the conservative fold, the ever-changing city must decide on its brand of provincial leadership Page de référence : A6		
137 23/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Monte Solberg</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : Alberta PCs drop intolerance bomb</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : Alberta's general election 2012 is over except for the voting part, followed by the next most important part, turning on Sun News to watch the results pour in.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - N/A</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : - Aucune référence aux sondages.</p>
138 23/04	<p>Journal : Calgary Sun</p> <p>Auteur : Lisa Mrazek et Kathy Mueller</p> <p>Type : Article de nouvelle</p> <p>Titre : Leaders reflect on campaigns</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Chapeau : The finish line is in sight. Neck and neck in the polls, the frontrunners in the race to lead Alberta made their final pitches in Calgary Sunday, trying to rally support with election day looming.</p> <p>Phrases-clés relativement aux sondages : - Voir chapeau ci-dessus. - Premier Alison Redford spent Sunday hoping to keep Calgary blue and orange, making nine campaign stops in a city increasingly favouring Wildrose green, according to latest polling numbers.</p> <p>Détails techniques relativement aux sondages : - N/A</p>	<p>Commentaires : Référence à des sondages - Le 22 avril, le Wildrose avait une large avance aux dires du Calgary Sun. Le 23 avril, le Wildrose est au coude-à-coude avec le Parti progressiste-conservateur.</p>
139 23/04	<p>Journal : Calgary Sun</p>	<p>Chapeau : The big day has arrived. After a month of listening to politicians spout off, we get a chance to have our say.</p>	<p>Commentaires : - Intéressant de voir qu'en quelques jours, les références aux</p>

	<p>Auteur : Calgary Sun Staff</p> <p>Type : Editorial</p> <p>Titre : Every vote will count</p> <p>Page de référence : N/A</p>	<p>Phrases-clés relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - This time around, according to the polls, it could go either way. - Apparently a fairly high number of voters remain undecided. <p>Détails techniques relativement aux sondages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - N/A 	sondages changent du tout au tout.
--	---	--	------------------------------------

BIBLIOGRAPHIE

Abacus Data. « Alberta PCs Hold a Five Point Lead over the Wildrose Alliance ». *Abacus Data*, 13 mars 2012.

Abacus Data. « Alberta Provincial Politics: Wildrose Party Expands Lead ». *Abacus Data*, 12 avril 2012.

Abacus Data. « Alberta Provincial Politics Wildrose Party Takes the Lead in Alberta ». *Abacus Data*, 30 mars 2012.

Abacus Data. « Alberta Provincial Politics: Wildrose Party Maintain Lead over PCs ». *Abacus Data*, 6 avril 2012.

Abacus Data. « Canadian Election Polling Record ». *Abacus Data*, 2013. Récupéré de <http://abacusdata.ca/work/canadian-election-polling-record/>.

Abacus Data. « Final Alberta Tracking Survey : Wildrose Leads by 10 ». *Abacus Data*, 20 avril 2012.

ACE. « Médias et élections : Réglementation de la couverture des sondages d'opinion ». *Projet ACE: Le Réseau du Savoir Électoral*, 2015. Récupéré de <http://aceproject.org/ace-fr/topics/me/mea/mec03c>.

Adams, Christopher. « Polling in Canada: Calling the Elections ». In Shannon Sampert et Linda Trimble. *Mediating Canadian Politics*. Toronto : Pearson Canada, 2010, 151-168.

Alberta Election Act. Chapter E-1, 2000. Récupéré de http://www.qp.alberta.ca/1266.cfm?page=E01.cfm&leg_type=Acts&isbncln=9780779733903.

Andrew, Blake et Stuart Soroka. « Media Coverage of Canadian Elections: Horse-Race Coverage and Negativity in Election Campaigns » In Shannon Sampert et Linda Trimble. *Mediating Canadian Politics*. Toronto : Pearson Canada, 2010, 113-128.

- Antoine, Jacques. « Les sondages électoraux doivent-ils être contrôlés ? ». In *Revue française du marketing*, no. 211 (février 2007), 45-53.
- Audette, Trish et Sheila Pratt. « Strategic voting in the cards; Opposition leaders spooked if supporters back Conservatives ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 20 avril 2012, A1.
- Bergman, Brian. « Q&A: David Taras ». In *Alberta Views*, vol. 15, no. 6 (juillet 2012), 28-29.
- Blais, André, Jean Crête et Guy Lachapelle. « L'élection québécoise de 1985 : un bilan des sondages ». In *Revue canadienne de science politique*, vol. 19, no. 2 (juin 1986), 325-336.
- Blondiaux, Loïc. *La Fabrique de l'opinion : Une histoire sociale des sondages*. Paris : Seuil, 1998.
- Blondiaux, Loïc. « L'opinion publique ». In Anne-Marie Gingras. *La communication politique*. Québec : Les Presses de l'Université du Québec, 2003, 139-158.
- Bon, Frédéric. « L'influence des sondages sur les comportements Électoraux ». In *Pouvoirs*, no. 3 (1977), 157-161.
- Bonneville, Luc, Sylvain Grosjean et Martine Lagacé. *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, 2008.
- Bourdieu, Pierre. « L'opinion publique n'existe pas ». In *Les temps modernes*, no. 318 (1972), 1292-1309. Reproduit dans Pierre Bourdieu, *Questions de sociologie*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1984, 222-235.
- Campaign Research. « Alberta Election Polls ». *Election Almanac*, 12 février 2014. Récupéré de <http://www.electionalmanac.com/ea/alberta/>.
- Carter, Chris. « Stelmach : U.S. style wedge politics is coming into Canada, and it comes at our peril ». *CBC*, 25 janvier 2011. Récupéré de <http://www.cbc.ca/newsblogs/politics/inside-politics-blog/2011/01/stelmach-us-style-wedge-politics-is-coming-into-canada-and-it-comes-at-our-peril.html>.
- Cayrol, Roland. « Voter, à l'heure des médias et des sondages ». In *Pouvoirs*, no. 120 (2006), 83-94.

CBC. « Alberta's election polls miss the mark ». CBC, 24 avril 2012. Récupéré de <http://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/alberta-s-election-polls-miss-the-mark-1.1206411>.

CBC. « Redford doesn't like Alberta, Smith claims ». CBC, 28 mars 2012. Récupéré de <http://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/redford-doesn-t-like-alberta-smith-claims-1.1257339>.

Champagne, Patrick. *Faire l'opinion : le nouveau jeu politique*. Paris : Éditions de Minuit, 1990.

Champagne, Patrick. « Les sondages, le vote et la démocratie ». In *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 109 (octobre 1995), 73-92.

Cox, Bob. « Covering Political Campaigns: A Practitioner's View » In Shannon Sampert et Linda Trimble. *Mediating Canadian Politics*. Toronto : Pearson Canada, 2010, 98-112.

Craig, Richard. « Expectations and Elections: How Television Defines Campaign News ». In *Critical Studies in Media Communication*, vol. 17, no.1 (2000), 28-44.

Cryderman, Kelly et Cailynn Klingbeil. « Smith defends conduct policy ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 15 avril 2012, A6.

Cryderman, Kelly, Keith Gerein et Marta Gold. « Health-care battle rages on; Push for competition won't bring two tiers, Smith says ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 7 avril 2012, A5.

Cryderman, Kelly. « Wildrose party promises MLA recalls, referendums », *Edmonton Journal* (Edmonton), 10 avril 2012, A5.

CTV News. « Wildrose leader stands by controversial candidates ». CTV News (Calgary), 20 avril 2012. Récupéré de <http://www.ctvnews.ca/wildrose-leader-stands-by-controversial-candidates-1.798795>.

Darcy, Henton. « Redford not aware envoy was reinstated ». *Calgary Herald* (Calgary), 20 avril 2012, A1.

Davies, Andrew. *The House Of Cards: To Play the King* [Série télévisée, DVD]. Londres : BBC, 1993.

Dawn, Walton et Josh Wingrove. « In Alberta, an election, and a horse race ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 27 avril 2012, A3.

Delacourt, Susan. « Why do pollsters keep getting it wrong ? ». *Toronto Star* (Toronto), 17 mai 2013.

Durand, Claire. « The 2000 Canadian Election and Poll Reporting under the New Election Act ». In *Canadian Public Policy*, vol. 28, no. 4 (décembre 2002), 539-545.

Den Tandt, Michael. « Wildrose victory next week would hardly be surprising; Redford needs huge reversal for even a minority government ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 16 avril 2012, A13.

Durand, Claire. « What Happens When Polls Go Wrong? Two Canadian Elections of 2012 ». Présentation à l'occasion de la 66e *Wapor Conference*. Boston, 14-16 mai 2013. Récupéré de http://www.mapageweb.umontreal.ca/durandc/Recherche/Publications/pollsgowrong/durandc_wapor2013_Boston.pdf.

Edmonton Journal. « Alberta gets meaningful day at polls ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 23 avril 2012, A14.

Elections Alberta. « Vote turnout in recent Alberta Provincial elections ». *Elections Alberta*, 2012. Récupéré de <http://www.electionsalberta.ab.ca/Public%20Website/927.htm>.

Élections Canada. « L'histoire du vote au Canada ». *Élections Canada*, 2015. Récupéré de <http://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=his&document=chap4&lang=f>.

Endeweld, Marc. « Les sondages d'opinion : limites et controverses ». In *Sciences Humaines*, no. 182 (mai 2007).

Fong, Petti. « A Wildrose is blooming in Alberta: After nearly 40 years of Conservative rule, a new right-wing party is shaking up province. » *Toronto Star* (Toronto), 4 décembre 2009, A14.

Forum Research. *Wildrose vaults ahead of Conservatives in Alberta election call* [Communiqué]. *Forum Research*, 27 mars 2012. Récupéré de [https://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/97165_Alberta_Issues_Poll_\(Forum_Research\).pdf](https://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/97165_Alberta_Issues_Poll_(Forum_Research).pdf).

Forum Research. Wildrose widens lead in Alberta; Destined for a sweeping majority [Communiqué]. *Forum Research*, 3 avril 2012. Récupéré de [http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/91960 Alberta Issues Poll %28Forum Research%29.pdf](http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/91960%20Alberta%20Issues%20Poll%28Forum%20Research%29.pdf).

Forum Research. Wildrose maintains strong lead; increases seat count for crushing majority [Communiqué]. *Forum Research*, 10 avril 2012. Récupéré de [https://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/45065 Alberta Issues Poll %28Forum Research%29.pdf](https://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/45065%20Alberta%20Issues%20Poll%28Forum%20Research%29.pdf).

Forum Research. Wildrose stalls slightly in Alberta; Progressive Conservatives rally [Communiqué]. *Forum Research*, 17 avril 2012. Récupéré de [http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/14981 Alberta Issues Poll %28Forum Research%29 %2820120417%29.pdf](http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/14981%20Alberta%20Issues%20Poll%28Forum%20Research%29%2820120417%29.pdf).

Forum Research. Wildrose Heading for a Sweeping Majority [Communiqué]. *Forum Research*, 21 avril 2012. Récupéré de [http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/71110 Alberta Issues Poll \(Forum Research\).pdf](http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/71110%20Alberta%20Issues%20Poll%28Forum%20Research%29.pdf).

Forum Research. Wildrose Heading for a Bare Majority [Communiqué]. *Forum Research*, 22 avril 2012. Récupéré de [http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/40010 Alberta Issues Poll %28Forum Research%29 %2820120422%29.pdf](http://www.forumresearch.com/forms/News%20Archives/News%20Releases/40010%20Alberta%20Issues%20Poll%28Forum%20Research%29%2820120422%29.pdf).

Gerein, Keith et James Wood. « Social issues bring insults; 'Muzzling' accusations fly ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 8 avril 2012, A1.

Gerein, Keith. « 'Conscience rights' battle sparks new friction point in Alberta election ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 6 avril 2012, A6.

Gerein, Keith. « Smith comes to candidates' defence ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 21 avril 2012.

Gerein, Keith. « White advantage remark causes outcry ». *Calgary Herald* (Calgary), 18 avril 2012, A1.

Gerein, Keith. « Wildrose won't halt abortion funding ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 7 avril 2012, A1.

Gerein, Ketih. « Still punching in last 'round'; Wildrose pays last visit to key local ridings ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 22 avril 2012, A5.

Gerson, Jen. « Wildrose's flame for an Alberta 'firewall' may prove problematic for other provinces ». *Financial Post* (Toronto), 16 avril 2012. Récupéré de <http://www.financialpost.com/m/wp/tag/blog.html?b=news.nationalpost.com/2012/04/16/wildrose-keeps-flame-for-firewall-alberta>.

Gingras, Anne-Marie. *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Québec : Les Presses de l'Université Laval, 2009.

Gingras, Anne-Marie. « Les théories en communication politique ». In Anne-Marie Gingras. *La communication politique*. Québec : Les Presses de l'Université du Québec, 2003, 13-66.

Gosselin, Tania et François Pétry. « The Regulation of Poll Reporting in Canada ». In *Canadian Public Policy*, vol. 35, no. 1 (mars 2009), 41-57.

Grawitz, Madelaine. *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz, 2001.

Hall, Stuart. « Encoding/decoding ». In Stuart Hall. *Culture, media, language*. London : Hutchinson & Co., 1980, 128-138.

Henry, Mark. « A Post-Mortem of Alberta's Fear & Loathing Election and a Lesson for Pollsters ». In *Public Affairs*, 25 avril 2012. Récupéré de <http://thinkhq.ca/a-post-mortem-of-albertas-fear-loathing-election-and-a-lesson-for-pollsters/>.

Henton, Darcy et Cailynn Klingbell. « Redford has fun, despite the pressure ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 22 avril 2012, A6.

Henton, Darcy. « Election too tight to call; Wildrose rural support slips, in virtual tie with Tories: poll ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 10 avril 2012, A1.

Henton, Darcy. « Premier Alison Redford doesn't like Alberta, says Wildrose leader Danielle Smith. » *Calgary Herald* (Calgary), 29 mars 2012, A4.

Henton, Darcy. « Redford and Smith debate fate of Alberta Livestock and Meat Agency ». *Calgary Herald* (Calgary), 19 avril 2012, A6.

Henton, Darcy. « The race is on and the nastiness begins. » *Calgary Herald* (Calgary), 27 mars 2012, A1.

Henton, Darcy. « Wildrose announces \$2,000 child tax credit that will cost \$130 million annually ». *Calgary Herald* (Calgary), 30 mars 2012, A17.

Ipsos Reid. « And They're Off... PCs and Wildrose Tied for Lead Out of the Gate ». *Ipsos Reid*, 26 mars 2012. Récupéré de <http://www.ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=5565>.

Iwanyshyn, Oleh. « How polls helped the PCs win in Alberta ». *iPolitics*, 2 mai 2012. Récupéré de <http://www.ipolitics.ca/2012/05/02/oleh-iwanyshyn-how-the-polls-helped-the-pcs-win-in-alberta/>.

Jones, Tim. « Dewey defeats Truman ». *Chicago Tribune*, 2015. Récupéré de <http://www.chicagotribune.com/news/nationworld/politics/chi-chicagoday-deweydefeats-story-story.html>.

Kleiss, Karen. « Election will be a referendum on Alberta' future. » *Edmonton Journal*, 28 mars 2012, A4.

Kleiss, Karen. « Redford announces strategy to end poverty in province; 10-year plan would focus on children first ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 12 avril 2012, A6.

Kleiss, Karen. « Redford pledges \$650-million boost for Alberta higher education; U of C, MRU among prime beneficiaries ». *Calgary Herald* (Calgary), 11 avril 2012, A5.

Kleiss, Karen. « Smith heckled in CBC debate ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 20 avril 2012, A6.

Kleiss, Karen. « Tories unveil rural Alberta platform; Redford pledges student aid, doctor-retention incentives », *Edmonton Journal* (Edmonton), 10 avril 2012, A6.

Klinkenberg, Marty. « 'Dani dollars' plan divides experts ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 3 avril 2012, A1.

Klinkenberg, Marty. « Parties trade shots, voters getting irate ». *Calgary Herald* (Calgary), 21 avril 2012, A5.

- Lachapelle, Guy. « La réglementation des sondages au Canada et l'élection de 1993 ». In *Revue québécoise de science politique*, no. 27 (1995), 175-201.
- Lachapelle, Guy. « Les sondages et les médias lors des élections au Canada: le pouls de l'opinion ». In *Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis* (vol. 16 de la collection d'études). Toronto, Dundurn Press et Montréal : Wilson et Lafleur, 1991.
- Lazarsfeld, Paul L., Bernard Berelson et Hazel Gaudet. *The People's Choice*. New York : Columbia University Press, 1944.
- Lazarsfeld, Paul L. et Elihu Katz. *Influence personnelle*. Paris : Armand Colin, 2006 (1955).
- Léger Marketing. « Alberta Provincial Election Poll ». *Léger Marketing* (Edmonton), 4 avril 2012.
- Léger Marketing. « Alberta Provincial Election Poll ». *Léger Marketing* (Edmonton), 9 avril 2012.
- Léger Marketing. « Alberta Provincial Election Poll ». *Léger Marketing* (Edmonton), 17 avril 2012.
- Léger Marketing. « Alberta Provincial Election Poll ». *Léger Marketing* (Edmonton), 27 mars 2012.
- Lemieux, Vincent et François Pétry. *Les sondages et la démocratie*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2010.
- Lemieux, Vicent. *Les sondages et la démocratie*. Québec : Institut québécois de recherche sur la culture, 1988.
- Lippman, Walter. « The Phantom Public ». Transaction Publishers, 1925.
- Loi électorale du Canada*. L.C. c 9, 2000. Récupéré de <http://lawslois.justice.gc.ca/fra/lois/e-2.01/TexteComplet.html>.
- Marquis, Lionel. « Sondages d'opinion et communication politique ». In *Les cahiers du Cevipof*, no. 38 (janvier 2005).

Mason, Gary. « Danielle Smith's Wildrose vision is focused much closer to home ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 31 mars 2012, F5.

Mason, Gary. « On fertility, Danielle Smith protests too much ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 1er avril 2012, A6.

Monière, Denis. « Les informations télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale ? ». In *Recherches sociographiques*, vol. 35, no. 1 (1994), 67-85.

Mucchielli, Alex. « Aux sources de l'influence : La décomposition du processus de l'influence ». In *Recherches en communication*, no. 6 (1996), 201-224.

Nadeau, Richard et Frédérik C. Bastien. « La communication électorale ». In Anne-Marie Gingras. *La communication politique*. Québec : Les Presses de l'Université du Québec, 2003, 159-188.

National Post. « Wildrose, PCs erupt into war of words after reports Redford questioned Ralph Klein's legacy ». *National Post* (Toronto), 16 avril 2012. Récupéré de <http://news.nationalpost.com/news/canada/wildrose-pcs-erupt-into-battle-of-words-after-reports-redford-questioned-ralph-kleins-legacy>.

O'Malley, Kady et Bea Vongdouangchanh. « Inside the Poll Story - Who Got It Right, Who Got It Wrong, and Why? ». In *Options politiques*, mars 2006, 68-73.

Padioleau, Jean. « De l'opinion publique à la communication politique ». In *L'Opinion publique: examen critique, nouvelles directions*. Paris : Mouton, 1981, 13-60.

Page, Benjamin et David Shapiro. « The Rational Public and Democracy ». In George E. Marcus et Russell L. Hanson. *Reconsidering the Democratic Public*. University Park : The Pennsylvania State University Press, 35-64.

Radio-Canada. « Dernier jour de campagne à Calgary pour Alison Redford et Danielle Smith ». *Radio-Canada*, 22 avril 2012. Récupéré de http://ici.radio-canada.ca/regions/ElectionsAlb2012/2012/04/22/004-dernier-jour-campagne-electorale-calgary.shtml?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter.

Radio-Canada. « Les élections : est-ce qu'on s'en fout ? ». *Radio-Canada*, avril 2012. Récupéré de http://ici.radio-canada.ca/regions/dossiers/2012/elections_alberta/enjeux/participation/.

Reid, Angus. « Angus Reid: What went wrong with the polls in British Columbia ». In *Macleans* (8 juillet 2013). Récupéré de <http://www.macleans.ca/news/canada/angus-reid-what-went-wrong-with-the-polls-in-british-columbia/>.

Return on Insight. « Media Release #1 Voting Intentions – April 16 2012 – Wildrose leads PCs by 7 points across Alberta, but the race is very close in Calgary, where Liberal support has collapsed, helping the PCs establish a small lead ». *Return on Insight* (Calgary), 16 avril 2012.

Sayers, Anthony M. et David K. Stewart. « Breaking the Peace: The Wildrose Alliance in Alberta Politics ». In *Canadian Political Science Review*, vol. 7, no. 1 (2013), 73-86.

Seskus, Tony. « Decision day arrives; High turnout expected today after fierce campaign ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 23 avril 2012, A5.

Simons, Paula. « Smith fails crucial test of leadership; Wildrose leader turns anti-gay candidate into persecuted victim ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 17 avril 2012, A5.

Simons, Paula. « Viral video attracts eyeballs and anger from all sides ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 19 avril 2012, A5.

Staples, David. « Staples: Two clear winners ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 13 avril 2012, A6.

Statistique Canada. « Profil de l'ENM, Alberta, 2011 ». *Statistique Canada* (Ottawa), 2011. Récupéré de <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=48&Data=Count&SearchText=alberta&SearchType=Begins&SearchPR=01&A1=All&B1=All&Custom=&TABID=1>.

Tait, Carrie et Josh Wingrove. « As new Calgarians are rolled into the conservative fold, the ever-changing city must decide on its brand of provincial leadership ». *The Globe and Mail* (Calgary et Edmonton), 23 avril 2012, A6.

Tait, Carrie et Josh Wingrove. « The science isn't settled ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 17 avril 2012, A3.

The Globe and Mail. « Alberta voters should look beyond leaders' debate to party platforms ». *The Globe and Mail* (Toronto), 13 avril 2012, F8.

The Globe and Mail. « Time for big Alberta ». *The Globe and Mail* (Calgary et Edmonton), 20 avril 2012, A14.

Think HQ. « CTV Poll: Election 2012 ». *CTV News* (Calgary), 27 mars 2012. Récupéré de <http://calgary.ctvnews.ca/ctv-poll-election-2012-1.788017>.

Think HQ. « CTV Poll: Wildrose holds onto lead ». *CTV News* (Calgary), 11 avril 2012. Récupéré de <http://calgary.ctvnews.ca/ctv-poll-wildrose-holds-onto-lead-1.794560>.

Think HQ. « CTV Poll: Wildrose still in the lead ». *CTV News* (Calgary), 19 avril 2012. Récupéré de <http://calgary.ctvnews.ca/ctv-poll-wildrose-still-in-the-lead-1.798604>.

Think HQ. « Everything coming up Wildroses in campaign ». *CTV News* (Calgary), 3 avril 2012. Récupéré de <http://calgary.ctvnews.ca/everything-coming-up-wildroses-in-campaign-1.791580>.

Thomson, Graham. « Wildrose too vague 'conscience rights' ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 5 avril 2012, A23.

Thomson Newspapers Co. c. Canada, 1998 CSC 1, [1998] 1 R.C.S. 877.

Thoveron, Gabriel. « Le troisième âge du quatrième pouvoir : Où va la presse ? ». Bruxelles : Labor, 1999.

Vedel, Thierry. *Comment devient-on président(e) de la République ? : les stratégies des candidats*. Paris : Robert Laffont, 2007.

Veyrat-Masson, Isabelle. « Les recherches sur les campagnes électorales à la télévision ». In *Le Temps des médias*, 2006, vol. 2, no. 7, 289-301.

Wahnich, Stéphane. « Les sondages électoraux et leur médiatisation : un artéfact de la société française ». In Philippe J. Maarek. *La*

communication politique française après le tournant de 2002. Paris : L'Harmattan, 2004, 45-57.

Walton, Dawn et Josh Wingrove. « Alberta's election locked in a dead heat ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 30 mars 2012, A13.

Walton, Dawn et Josh Wingrove. « Alberta's Premier calls an election, and starts a horse race. » *The Globe and Mail* (Edmonton and Calgary), 27 mars, A3.

Wingrove, Josh. « Alberta's election campaign brings out discordant views of the province. » *The Globe and Mail* (Calgary), 28 mars 2012, A11.

Wingrove, Josh. « Redford gets a lift from mentor Lougheed ». *The Globe and Mail* (Calgary et Edmonton), 15 avril 2012, A3.

Wingrove, Josh. « Wildrose candidates' gaffes raise ire of mayors ». *The Globe and Mail* (Edmonton et Calgary), 19 avril 2012, A6.

Wood, James. « Alison Redford promises 140 family care clinics for Alberta ». *Calgary Herald* (Calgary), 3 avril 2012, A5.

Wood, James. « Expert pollster predicts Wildrose majority, but close race in most Alberta ridings ». *Calgary Herald* (Calgary), 19 avril 2012, A5.

Wood, James. « Seniors enticed with tax credits, long-term care beds ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 5 avril 2012, A6.

Wood, James. « Smith defends anti-gay blogger ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 16 avril 2012, A6.

Wood, James. « Tories biggest spenders: tax group ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 12 avril 2012, A6.

Wood, James. « Tories promise tax credit for teachers ». *Calgary Herald* (Calgary), 6 avril 2012, A5.

Wood, James. « Two-tier health care a threat, NDP's Mason says ». *Edmonton Journal* (Edmonton), 10 avril 2012, A6.